《做人与智富》系列丛书



我真傻，真的

先赚人心后赚钱的经营策略

Wo Zhen Sha Zhen De

主编◉高溥超　高桐宣

商誉无信不立
先赚人心后赚钱
把根扎深
肯吃亏不是痴人
生意要推心置腹地做
驴和影子的故事
把“对”让给顾客
诚实比一切智慧都好
智富之举
认准了就要做到底
洞见非凡
人缘可以带来财富



彩色图文版

贵州人民出版社



目录 CONTENTS

目录
CONTENTS



目录
CONTENTS



无论是做生意的还是没有做过生意的人大概都听到过这样一句话，那就是和气生财。其实我们所指的和气，就是指人际关系的处理，再说的简单一些，就是我们常常说的好人缘。

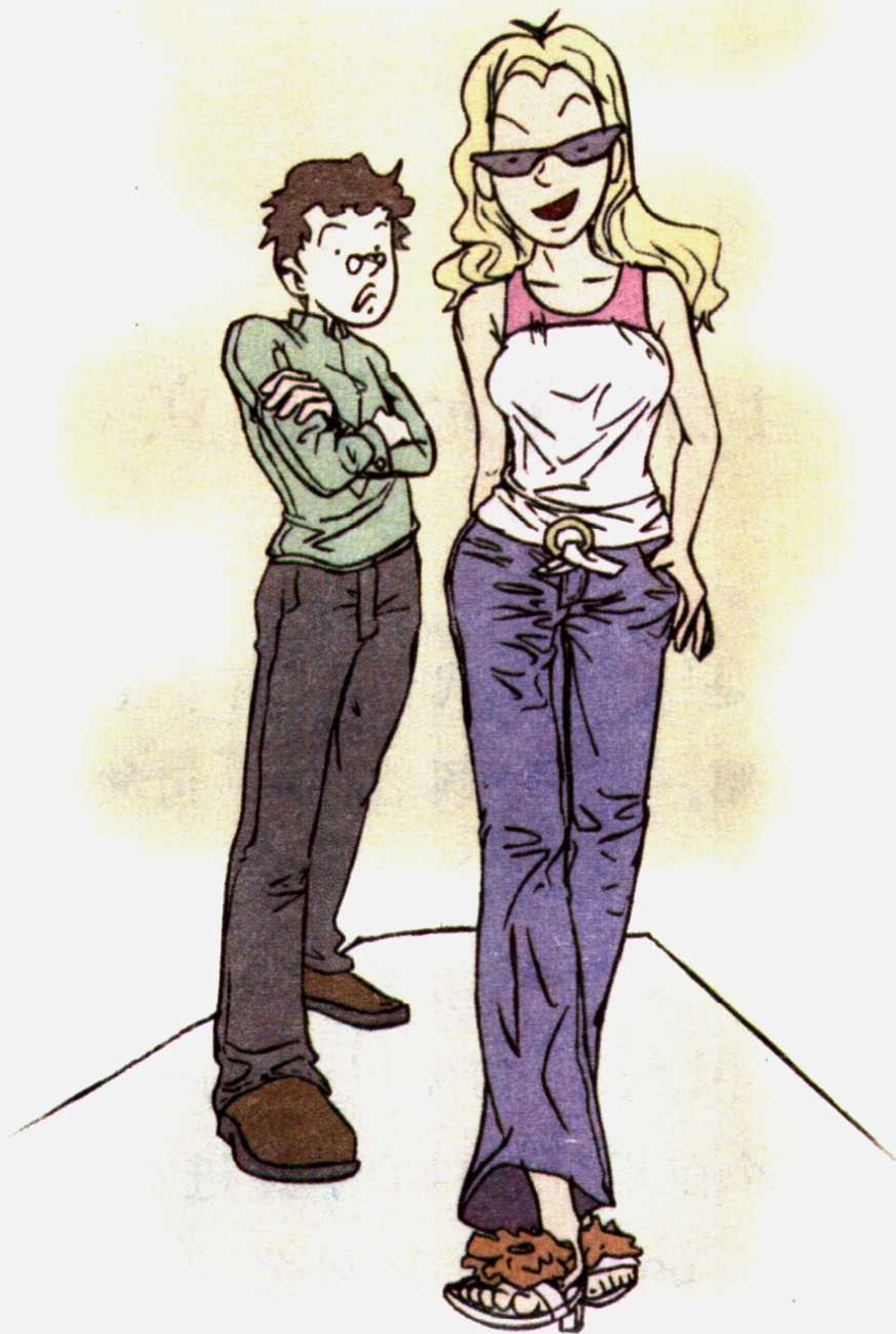


1.商誉无信不立

信誉是无可替代的财富,做生意信誉永远占第一位。顾客的一句赞美,比减价政策更有效。商誉无信不立。

法国时装世界闻名,可许多人却不知,在法国约有50%以上的中高档时装,消费者在购买的同时要进行服装的合体修改。90%以上时装公司的制衣裁缝专门从事服装合体修改。

这种新衣修改主要包括袖长、裤长和腰围等。修改的基本要求是贴切的符



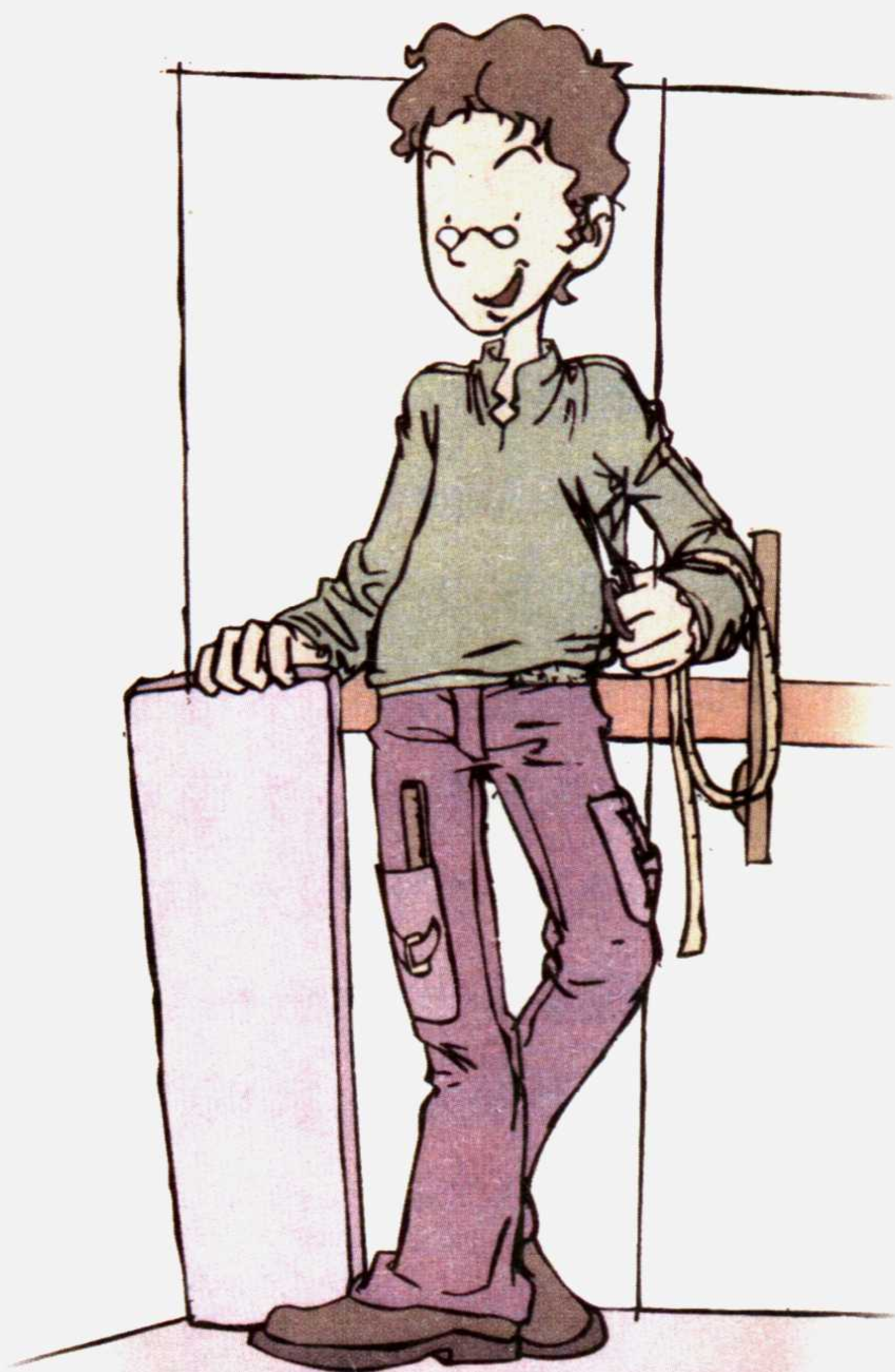
信誉是无可替代的财富，做生意信誉永远占第一位。



合消费者的身材，更高一点的要求是修改服装的曲线、比例和轮廓，使修改后的服装充分展示消费者体形的优点，掩饰缺陷和不足，真正体现着装的审美观点。

好的时装修改师在法国和其他欧美国家很受欢迎，中高档时装公司、高档时装商厦及时装专卖店不惜花高薪请他们，因为他们能够帮助公司或商厦招揽和留住一批忠实客户。法国绝大多数消费者都有自己满意的服装修改师，有的消费者甚至会由于满意修改师的工作而十几年一直购买一家时装公司或商厦的服装。

法国时装商誉好，除了款式时尚之外，在很大程度上与这些技艺精湛的服装修改师有密切关系。由于法国的这种一切以消费者的需要为出发点的个性化服务，才树立起“法国时装”这块知名



顾客的一句赞美，比减价政策更有效。



品牌。

港商程娜创办了一家婚庆公司，她在公司开业后就将商誉放在第一位，注意每一个细节，聘请知名美容美发师，专人设计婚纱、服装，连伴郎、伴娘也不漏掉，一并精雕细琢。提供的摄影、摄像及DVD光碟和相册制作，更是精益求精。有位顾客嫌婚礼DVD光碟制作所配音乐不理想，只是随便说了一句，刚好被程老板听到，立即让他写下喜欢的歌曲的名字，免费又为他制作了一盘，顾客连声道谢。此外，该公司婚礼DVD光碟制作都是先听顾客意见，然后才制作，赢得了良好的商誉。

结婚是一个人一生中的大事，每个人都有使自己婚礼热烈圆满的强烈愿望。所以结婚中的每一件事，无论大小都非常重要。据此，该公司为顾客预定婚宴讲究物美价廉，花色丰富，同时免



时时引领时尚，将顾客满意做为工作的第一宗旨。



费装饰餐厅，使之充满喜庆吉祥的气氛。还聘请著名书画家根据顾客需要为顾客书写"喜"字，大小数量不限，书法形式灵活多样，还免费赠送请柬、鲜花、蛋糕、彩带等婚庆用品。

周女士去年结婚时，除婚车外，只花六千多元就轻松愉快地度过了新婚庆典。至今她还遗憾，花车没有用该婚庆公司的，自己扎的花不好看。

该婚庆公司刚营业时，就首次开展野外摄影、摄像等婚礼服务。提供花车、花轿，并购买数部吉普车成功改造成礼仪车型，配有鲜花彩带装饰，整个礼仪车队充满了时尚新意。该公司还不断导入新创意，时时引领时尚，将顾客满意作为工作的第一宗旨。因此，树立了良好的商誉，使公司受到了多数年轻人的喜爱，同时也赚取了丰厚的利润。

1998年，香港的一座商厦账面利润



以诚待人，为顾客服务，保证信誉。



连续3年是零，然而到了1999年，商厦利润却像发酵的面团哧哧朝上涨，进入2000年利润更是成倍上翻。商厦董事长总经理宣布："信誉楼成功了！"，这引起了企业内外的震惊。但再看这家商厦改制之后的服务表现，这所有的一切也不足为奇了。

有一位顾客想买一件真丝旗袍，已经准备付款了，售货员告诉她："这种衣服明天降价销售。"顾客不仅感激之极而且惊呆了："世上还有这样为顾客着想的商家吗？"还有一位顾客定做了一双加大码的鞋子，但不久又有亲友从外地给他捎回同样一双。这位顾客几经犹豫，还是找到商场："我知道定做鞋不能退，但我还想来试试。"售货员考虑到顾客的困难，还是给退了。请问，这位顾客对商厦会有怎样的口碑？能不成为铁杆回头客吗？



得到了广大顾客称赞，建立了良好的商誉。



仅这两件事，便可看出这个商厦的经营理念，即抵住假货、低质、高价、不愿退货等各种短期利益的诱惑，从价格、质量、服务、管理等一系列环节上，一点一滴，持之以恒地打造出价值连城的信誉品牌。可以说，这3年是“以利润换信誉，以信誉树立品牌，以品牌创效益”的3年。正是有了这个信誉品牌，1998年，信誉楼的购物环境虽说是一般，但方圆百里的消费者却把这里作为购物首选，甚至这座城市周边地区的许多消费者也舍近求远慕名到这里购物。

目前该商厦已发展成为总面积2万平方米，拥有800名员工的大型商场。除了销售额日日攀升外，其辐射效应也令人吃惊。可以说，这个信誉大厦开到哪里，哪里的地段就升值。业内人士估算，该商场的信誉品牌价值超过了1500万元。

以诚待人，为顾客服务，保证信誉，这种看似“愚笨”的方法，却是许多成功人士或企业的经营原则。让顾客满意不能只停留在口头上，要体现在行动上。得到了广大顾客称赞，建立了良好的商誉后，成功、利润便会随之而至。





2.先赚人心后赚钱

博得顾客的满意和信任是商家盈利的基本法则。顾客的需求代表市场的需求，只有让顾客对你的产品和服务感到满意和放心，你在市场上才得以立足。

广州某制衣厂总经理袁新民，一直坚持贯彻“百分之百的顾客满意度”这一原则，从制作工艺严格要求员工做到质量精益求精，在服务态度上也是要求公关人员面带微笑，尽量让客户满意而



博得顾客的满意和信任是商家盈利的基本法则。



归。他所创办的这家制衣企业稳步发展,在市场上渐渐树立了一个良好的品牌形象。

在一次服装展销会上,有一位身材高大魁梧的男士在展销会上转了很长时间,最后在袁新民的展台前停了下来,当时袁新民也正好在展台前,他一见这位男士,着实吓了一跳,站在自己面前就像一堵墙似的,他可是第一次见到如此高大肥胖的人。但袁新民还是微笑着说:“先生,有什么可以为您服务的!”并让属下为这位男士搬来一把椅子,这位男士也不客气,坐下来说:“是这样的,你也看到我这体形了,我平时就很难买到合身的衣服,一直以来我也就凑合着能穿就行,可这一次不一样,在欧洲的兄长让我去度假,那我怎么着穿的得讲究一点,我逛了很多商店,还是买不到合身的,我看您是专门做衣服



顾客的需求代表市场的需求。



的，您的产品做工很细，款式也不错，您能不能为我特制两套衣服，也让我能体体面面的出国！”

袁新民有些犹豫了，像这样的顾客他是第一次碰上，他的客户都是大商场和经销商，都批量提货，这位男士定制两套衣服，既费料，又费时间，却根本无利润可言，但看着这位男士诚恳的眼神和他身上不合身的衣服，他答应了，在他心中要做到让客户百分之百的满意。这时，那位男士紧紧地握住了袁新民的手。

在接下来的几天里，袁新民特派一位设计师、两名技工加班加点为这位特殊的客户量身制衣，根据这位客户的体形，设计合适美观的款式，然后一丝不苟的用纯手工完成了这两套衣服。这位客户一见专门为自己制作的这两套做工精细，款式新颖的加大款衣服，当时



只有让顾客对你的产品和服务感到满意和放心，你在市场上才得以立足。



都不知如何感激是好，他拿出2000元给袁新民作为报酬，但袁新民坚持只收600元，并称这种布料的衣服，市场价就在300元左右一套。这位客户连声道谢，并祝袁新民生意兴隆。

之后，袁新民干脆就设立了这样一个部门，专门为个人量身制衣，手工制作，果然生意应接不暇，门庭若市，但这类似于裁缝店的部分与他批量制衣的工厂相比，那利润是太微薄了，袁新民为了赚取顾客的心和顾客的称赞，毅然决定将这个薄利部门进行到底。

通过这个部门，袁新民的服装品牌，越来越被消费者认可和称赞，袁新民的业务也相应扩展，公司迅速发展。

半年之后，那位高大的顾客再次光临袁新民的制衣公司，而这一次他为袁新民带来了意想不到的大生意，他建议袁新民去欧洲做一下市场考察，并为袁

新民在欧洲打点好了一些事务，袁新民大为惊喜，能打开国外市场，那是他一直以来的目标啊，凭他公司的实力，至少是再努力多年才能走到这一步，没想到机遇就这样降临了。

在这位顾客的帮助下，袁新民很顺利地打开了欧洲市场，原来这位客户的兄长竟然是欧洲一家连锁商店的副总，在欧洲商界认识很多重要的人物，有了他的协助，袁新民在欧洲市场上的发展有如神助，再加上袁新民尽量百分之百让顾客满意的服务精神和精益求精的制作工艺，在欧洲市场博得了顾客的满意，稳稳地在这儿占领了一席之地。

美国布兰希保险公司在招揽保险业务时，别出心裁地笼络顾客的心。他们在寄给客户的保险说明书和调查表中，还附上了一份致谢信，上面是这样写的："为了答谢您的协助调查，请您把



调查表的几格空白填上，同时撕下优待券寄回给我们，我们将寄上几枚罗马、希腊、中国等世界各国古币的仿制品，希望您能满意。”

这一招果然灵验，布兰希保险公司寄出的三万封调查信，竟收到了二万三千封回信，而以往的调查信寄出之后，往往是“黄鹤一去不复返”。

布兰希保险公司马上仿制了大批铜质的古色古香的各国古代硬币，并且由推销员逐个按地址上门造访送这些古币，由顾客任意挑选自己喜欢的，使顾客都满怀喜欢，而这时保险业务员又不失时机的谈起保险业务来，由于双方已有了友好的接触，推销往往变得分外顺当，在回信的二万三千位顾客中，有6000多人与布兰希保险公司签订了保险业务协议。

先笼络人心后赚钱，布兰希保险公



听起来有些不可思议，但商家说的并非空穴来风。



司的这一次促销方案无疑是相当成功的，也由此一跃成为美国屈指可数的保险公司。

在深圳，有一家名不经传的家电零售商，在新世纪之初异军突起，跻身于深圳家电业品牌的诸强之中，日营业额最高时达到了数百万，在北京国美和南京苏宁进军深圳之际，它依然在家电市场挺立不倒。

该家电零售商一直宣称以低于进货价销售，不从消费者身上赚钱，光听此说法，有些不可思议，低于进货价，并不从消费者身上赚钱，那偌大的一个企业，从何盈利生存呢？当深入了解深圳家电市场行情，不难发现该零售商的说法并非空穴来风。

该企业负责人算了这么一笔账，如果零售商为厂家代销一台空调，厂家每台返利300元，而零售商再比厂价低100



顾客是产品或服务最公证的评分员。

24.



元，这样价格就能做到比其他商场的价格低很大一截，大大加强了竞争力。在深圳，该零售商能做到每日500台的销售量，这样以每台200元的返利计算，最后获利是10万元，远高于从消费者身上赚的钱，同时，它又对其中一些家电产品高额买断销售权，从中获取更高的返利点，这样让别的商家在该零售商面前完全丧失了价格竞争能力，而零售商自身一样保持盈利。

再则，该零售商向市场提出了“厂商家服务联盟”，大大加强售后服务的力度，而以往都是厂家和商家各有一套服务人马，各自为政，常常出现一方忙不过来，另一方没事干的现象，“厂商家服务联盟”就可以杜绝消费者对于服务的后顾之忧。

俗话说“做生意，先做人气”，“人旺财旺”，人气的畅旺使整个商场的销售

额得以大幅提升。该家电零售商就是机智地利用了这一点，使他们的销售额一路高唱凯歌，在深圳家电行业中立于不败之地。

顾客就是上帝，顾客是产品或服务最公证的评分员，商家只有在顾客的心中得到高分，才有可能在市场中挖掘到金子。市场是由顾客构架而成的，没有顾客就没有市场，如果其中一部分顾客对商家的产品或服务感到不放心或不满意，便有可能引起市场这个框架的松动，甚至全面崩垮，所以，要想赚钱，就必须先赚人心。



3.把根扎深

记得有这样一则故事，甲和乙住在沙漠边缘，两个人都在沙泥上种了几株树，由于降水少，甲每天都精心照料他亲手植的树，每天都给树苗浇水施肥，从不间断。而乙呢，他种了几株树，刚开始他是隔一天浇一次水，后来到树苗一长出新芽，他便再也不去浇水，任其生长，半年后的一次风暴中，甲的树苗全部被吹倒了，而乙的树苗却依然挺立不倒，甲百思不得其解，为什么自己天天



甲和乙两人都在沙漠边缘种了几棵树苗，甲天天浇水，而乙只在长树芽之前浇水，之后便不管他的树苗。



施肥浇灌，反而经不住风暴，而乙那几株无人照料的树苗反而茁壮成长，于是他拜访了乙，乙便向甲道出了缘由，沙漠中的生长环境恶劣，高温、干燥、严重缺水，而树苗要想在沙漠中获取生存所需的水分，就必须把根扎深，从土壤深处去摄取水分，这样它就适应了沙漠的生存环境，以至于在风暴中，可以坚韧地生存着，而甲天天为树苗浇水，人为地改变了树苗实际生存环境，使树苗有了一种依赖性，它的根没有往深处长，当然，这种依赖性是致命的，甲恍然大悟。

在变化无常的商海中，把根扎深，是生存的条件，把根扎深，才能牢固地守住阵地，才能去发展去扩展领地。

麦戈尔是国际数据集团的董事长，是国际数据媒体界的风云人物。他是一个非常善于调查市场，善于与客户沟通



一场意外的风暴之后，甲的树苗全倒了，而乙的树苗却茁壮生长，甲百思不得其解。



交流的人，在市场中他总能先人一步发现商机，把握商机，所有的这一切都缘于他在媒体界的实力，缘于他在这个领域有根深蒂固的影响。

有的人很不理解，麦戈尔亲自来中国已经86次了，他为什么这20年间如此频繁的来中国，麦戈尔是这样回答的："我在中国发现了对技术的巨大热情，这使我充满了活力、远见和决心。我在中国发现了无限的市场潜力，我想在中国市场发展，就必须对中国市场作深入地了解和研究，并扎根于中国市场！"

麦戈尔自1980年在中国建立了第一个中美合资公司之后，在中国投资开发了一个又一个项目，把国外先进的计算机技术带到中国的知识界，在20世纪80年代，麦戈尔旗下创办了《计算机世界》、《微电脑世界》、《网络世界》等杂志。到90年代，麦戈尔在中国投资创建

了新的产品，并把它们输出到世界上其他地方去，显然，这时候麦戈尔在中国市场的根已扎深了。

瑶丽是一位服装设计师，她原是一家著名品牌服装的设计师，后来辞职，自己开起了一家为顾客量身制衣的服装店，自己设计，请了几名服装技工，由于她的服装款式新颖，做工精细，而且每一款衣服用纯手工制作，每一款衣服只有一件，独一无二，这样她设计的服饰深得顾客的青睐，在服装业已小有名气。

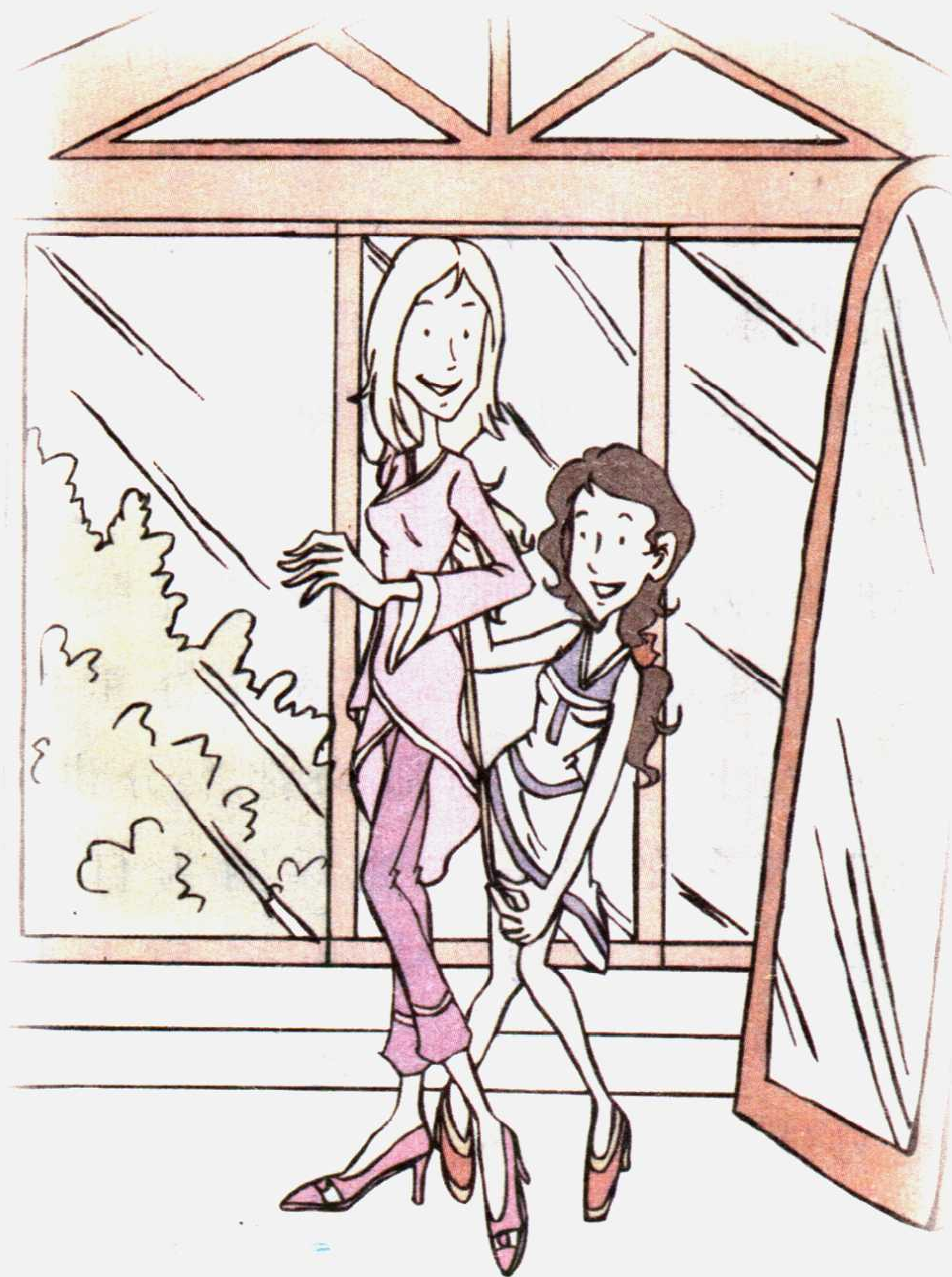
由于在闹市店铺经营面积很小，狭小的试衣间，还有拥挤嘈杂的客流，这一切都让她感觉无法尽情展示她的才华和风采，于是瑶丽决定把自己的服装店搬到一个比较安静舒适的地方，她选择了一个胡同深处的小别墅，她的亲戚朋友都极力反对她这么做，他们认为这



样会给顾客带来不便，哪有一个服装店开设在这么偏僻的地方呢？

瑶丽淡淡一笑，她有自己的想法，对家人说，她的顾客有很多都是回头客，而且来店里时都会在店里逗留很长时间，也乐于与瑶丽沟通与交流，嘈杂的闹市街头，反而影响了她这家服装设计店的营业氛围，选择一个环境安静、幽雅的地方，会让顾客更乐意光临她的服装店，因为她的顾客都是很注重仪表的白领人士，她们对服饰都十分讲究，愿意花很多的时间去让瑶丽为自己设计一套合身美观的新款服饰，家人也拿她没有办法，似懂非懂地听她解释，无奈地只能同意她的做法。

瑶丽用平时积攒下来的钱根据自己的品位把小别墅重新装修了一遍，风格别致幽雅，独具一格，让顾客一进店内就耳目一新，深为经营者的创意和用



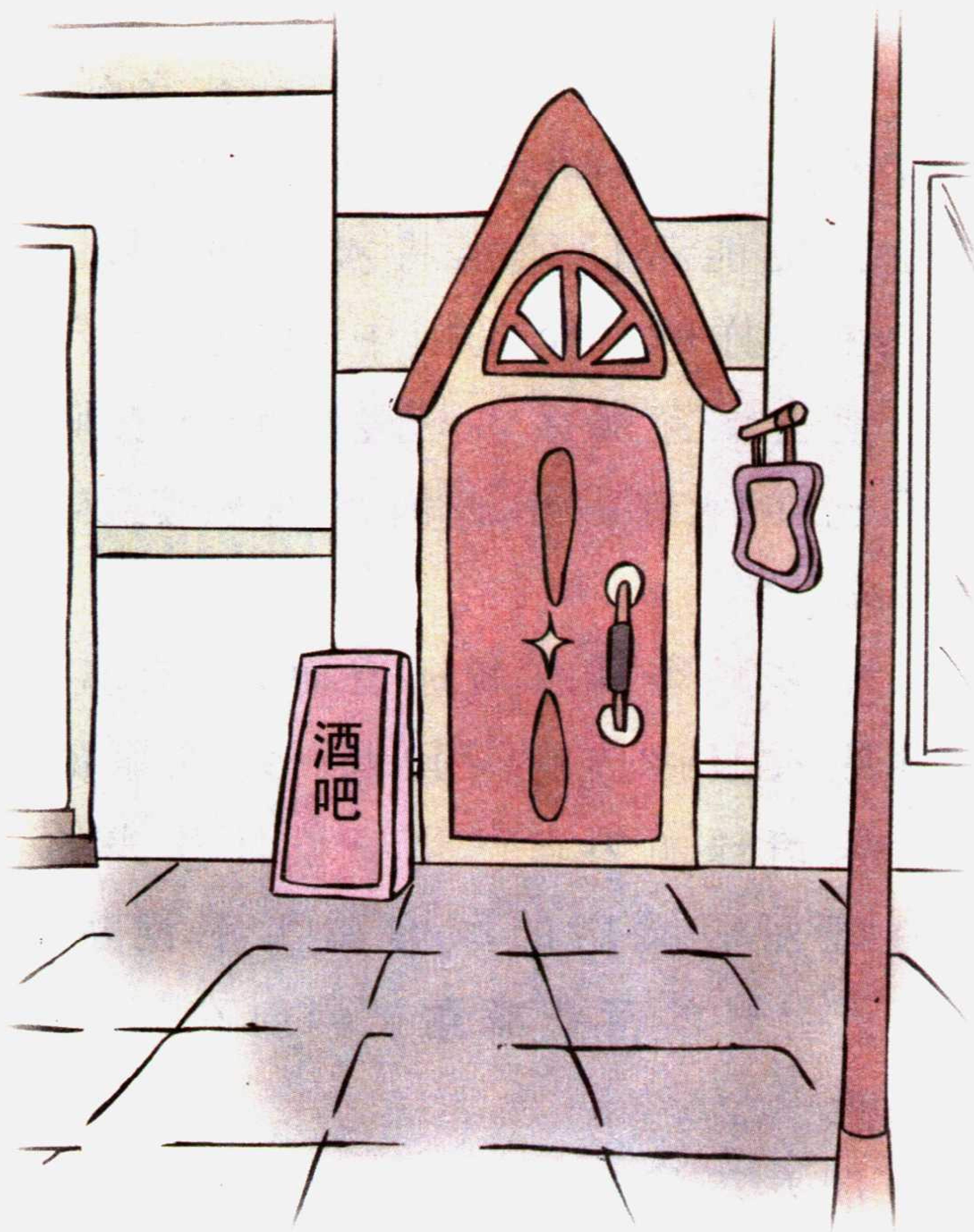
服装店的质量和服务，在顾客心中已深深地扎了根。



心所折服，她在很多地方放置了巨大的落地镜，能让顾客从各个角度欣赏新衣上身的效果。她设计的每一款新衣都透出清秀灵气，瑶丽为顾客作专业详尽的指导，更能帮助顾客将衣着演绎到最眩。在这样的一个氛围中，顾客会极有耐心地去试穿那么多挚爱的新款衣服，这可比在闹市中小店铺里的感觉要雅致得多。

很多顾客都慕名远道而来，有直接试穿完衣服挑选购买其中一款衣服的，也有来请瑶丽为自己量身设计款式的，光临瑶丽服装店的顾客购买率竟达到70%，每月的营业额竟比当时在闹市时高出近一倍。

朋友不解地问瑶丽，为什么她这么有把握如此来经营服装店，这可与一般的服装店经营方式截然不同，瑶丽笑着作了很简单的解释："因为我店服装质



好酒不怕巷子深。



量和服务在顾客心中已深深地扎了根。”

无独有偶，在上海有一家酒吧，只有很小的入口在地面上，而酒吧的营业厅在地下。不知道的人很难注意到它，很多人都不理解，如此门面如何招揽顾客？

然而，它有独特的经营方式，进入这家酒吧，你会发现这儿像迷宫式的格局，里面被分割成许多风格不一的小房间，每个房间的装修风格都不一样，顾客可根据不同的性格，挑选不同的房间、不同的氛围，融合不同的心境。每个房间都有门，关上门，浑然一个完全属于自己的逍遥天堂，光临过的顾客都喜欢这儿的氛围，因为每个人都需要一个只属于自己的空间，能够藏起来把都市嘈杂的心一点点舒展熨平。

人道好酒不怕巷子深，以自己的质



在变化无常的商海中，把根扎深，才能牢固的守住阵地，才能去扩展领地。



量、服务的特色吸引顾客的兴趣，并让顾客对你各方面都感到信任和满意，在市场上扎下如此根基，生意自然越来越好做。

把根扎深，在市场经济中，无论环境如何变化，条件如何恶劣，都能顶住风浪，扛过难关。任何一个企业，如果想生存发展，就必须把根基打结实，稳步发展，才能在竞争激励的市场环境中划一片展示才华的空间。



4.肯吃亏不是痴人

要探索人生的意义，体会生命的价值，就必须去追求使自己值得献出生命的某个东西，人生是伟大的宝藏，谁晓得从这个宝藏里选取最珍贵的珠宝，谁就能获取最大的财富，肯吃亏不一定是痴人，也许它就是你人生当中最璀璨的一颗智慧之星。

在生意场上，有时候学着吃点亏也许能博得顾客的满意，也许能为你建立良好的市场氛围，让你在这表面的吃亏后，赢得滚滚财源。肯吃亏，在生意场并



不见得是痴人。

美国弗吉尼亚州的诺克镇上，住着一位叫艾伦丹弗的汽车修理工。他每天起早摸黑勤勤恳恳地干着油腻活，但挣钱可不多。丹弗除了身边有一位可爱的妻子玛丽和一对6岁的双胞胎女儿以外，他最感兴趣的便是每天早上在街市上买一份《弗吉尼亚飞行员报》，做休闲阅读。应该提到的是报纸上有个栏目，是专门介绍家庭菜肴制作的方法，兴致来了的时候，丹弗会挑出其中一两个有特色的，如法炮制，端上桌供一家人品尝。他妻子玛丽发现，丹弗做的菜都很有特色，也十分合人口味。一天，她对艾伦丹弗说，我们为什么不开一家家常菜餐厅，把你学的这些拿出来让镇上的人也尝尝？我相信，准有不少人会喜欢你的菜。

这句随口话，谁知点开了艾伦丹弗

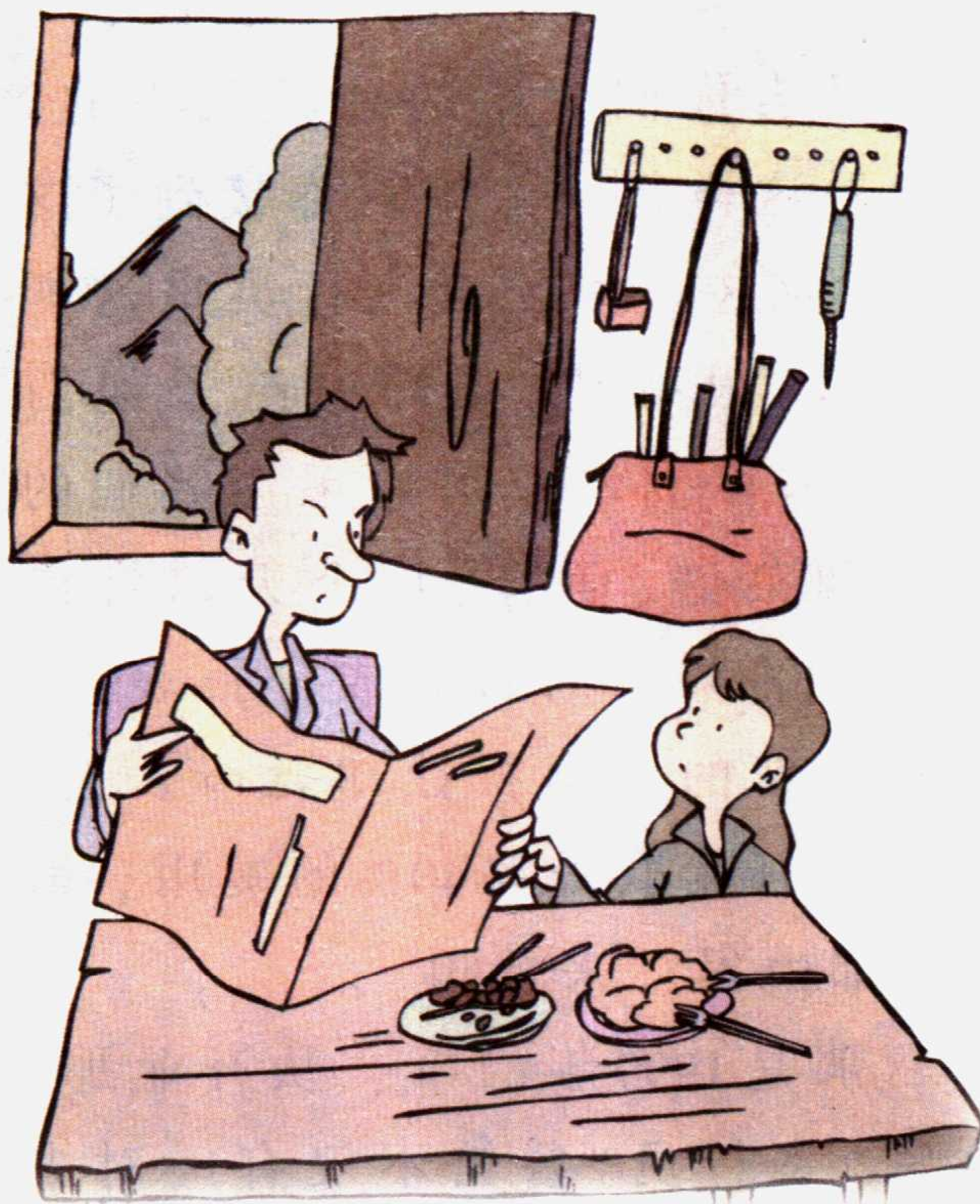


美国弗吉尼亚州的诺克镇上，住着一位叫艾伦丹弗的汽车修理工。



的心窍，他随即给飞行员报编辑部去了一个电话说，我很想用贵报刊载的菜系开一家餐馆，名字就叫“飞行员”，让大伙都品尝你们介绍的独具匠心的菜肴，你们看这样行吗？编辑部接到了这个电话，认为这一家子对飞行员报这样尊重和诚信，很感动，当即就给了他们肯定的答复：你们不仅可以采用我们的一切菜名和菜谱，而且，从今天起将得到一份免费的菜谱的营养成分报表，这对丹弗是免费的，但报社却要请人去查，整体下来只收取丹弗40%的费用，其余的60%都由报社来承担。

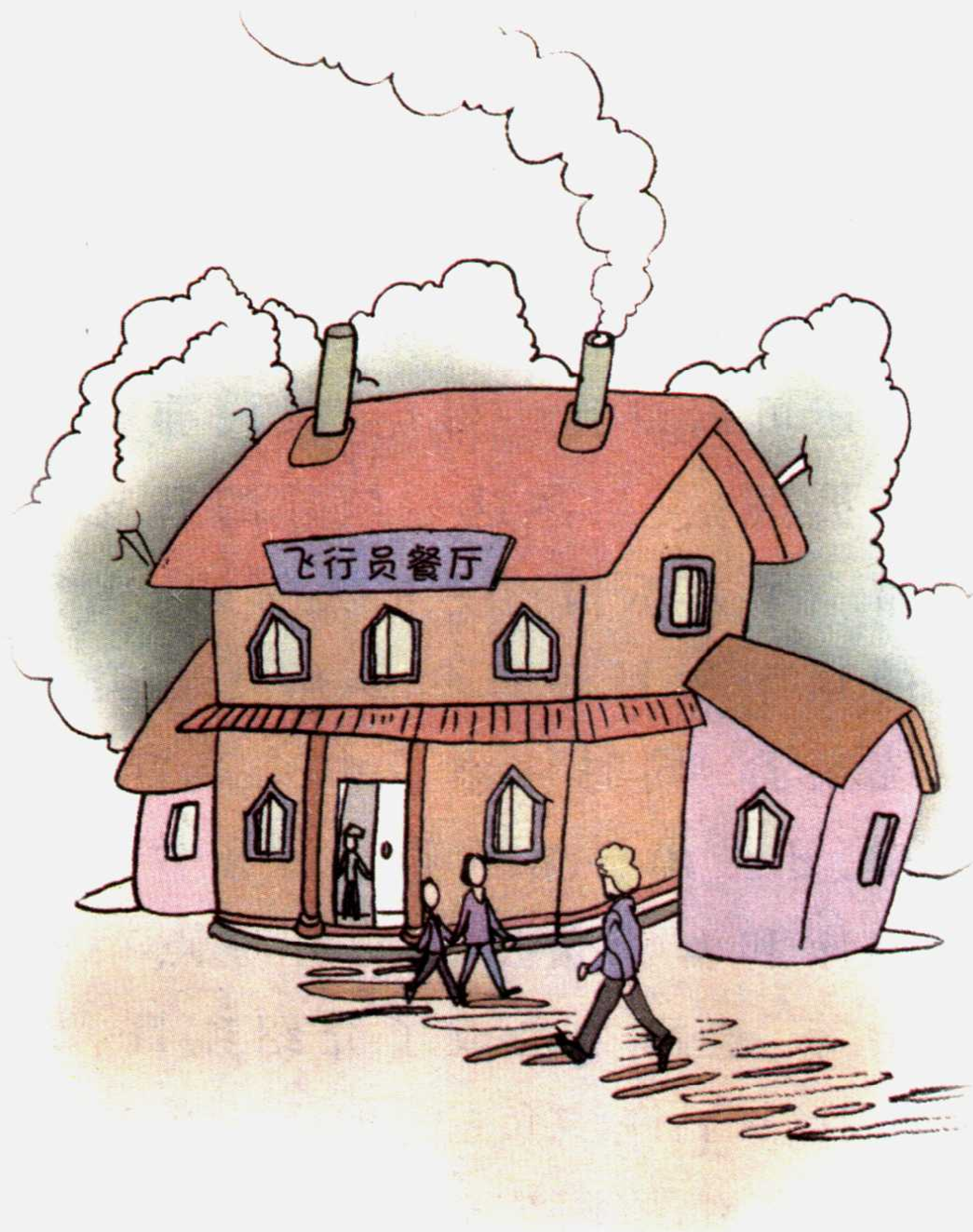
那是1999年的事，从开业那天起，这家“飞行员”餐馆不仅有一对夫妇的努力，也得到了报社的大力支持。丹弗夫妇想：报社把这份专利给了我们，显然多了几份额外的支出，也是对我们有极大的信赖和支持，我们就得像飞行员



他最感兴趣的便是每天早上在街市上买一份《弗吉尼亚飞行员报》阅读。



那样忠于职守，爱护声誉。再加上有时给我们做宣传，所以餐馆在装修时靠墙一排不是一份菜谱，而是10份当天的报纸和近3个月的报纸美食版合订本，来这里的顾客可以一边用餐一边翻阅菜肴的制作方法，以及所含的营养成分。走时还可以拿到一份免费的《弗吉尼亚飞行员报》，当然这些额外的开支都由丹弗一个人承担。为扩大影响，飞行员报的这个栏目还进一步开发出美利坚传统菜肴，同时加添了中式菜肴、法式牛排，还推出科学营养套餐和教人从自己健康和营养角度出发合理点菜的小绝招等，连酒类也成了介绍项目，无形中报社多了许多负担，但万万没想到却推动了报纸的酒广告，报社和丹弗都因此之举赚了钱。到今天，艾伦丹弗"飞行员"餐馆已成为诺克镇一道靓丽的风景，不仅诺克镇，就是周围那些城镇，也



艾伦丹弗“飞行员”餐馆已成为诺克镇一道靓丽风景。



没有人不晓得这家餐馆了。经常有客人驱车几十公里赶来品尝最新刊载和如法制作的特色菜肴。与此同时，飞行员报也鹊声四起，有了前所未有的销售。丹弗一家厨师也不再是他一人了，还有了专做各式糕点的师傅，餐馆的服务员也多了，事业蒸蒸日上。

好运气，似乎在与人做着游戏，也许只是抛了一个飞吻，打了一个响指抑或做了个鬼脸，有时它躲在阿基米德的浴缸里，有时又呆在肯德基的鸡腿上，这一次，它骑着“家常菜”进了艾伦的家门。发现这种运气，不在于智商出众，也不在于权势显赫，只在于心灵的一次轻轻“点击”，一如艾伦接受玛丽的点拨，飞行员报同意艾伦的创意。

他们是谁帮了谁的忙呢？是丹弗餐馆帮了飞行员报还是飞行员报帮了丹弗？是谁吃了亏？都有，但都不像。他们



这里的顾客可以一边用餐一边翻阅菜肴的制作方法，还可以了解菜肴的营养成分。



仍然只是在为自己忙着，只是互为帮助，互为动力罢了。像花和叶，叶托出花的艳丽，花表现叶的无私。丹弗餐馆和《弗吉尼亚飞行员报》，一个成了花，一个成了叶，不经意间开出了两朵并蒂花。

陈敬东是某城市郊区的一位农民，他原先一直跟着他兄长做水果买卖，但是几年下来，人奔波得十分辛苦，并没有攒下太多钱，他一直想找一条真正发财致富的路。

那一年，他回家休息了一个月，这时，他家附近的一处大果园招标承包经营，他的心为之一动，这些年来，他一直做的就是水果生意，对这个行业他可谓了如指掌，但他一直去批发商那里取货零售，一直都是小本生意，经营也十分艰苦，他一直想另找出路，这次正好碰上果园招标，如果他能竞到标，那倒可



凡是在“飞行员”餐馆用餐的顾客都可以得到一份免费的《弗吉尼亚飞行员报》。



以让他一展身手，于是他筹钱参加竞标，不想竟以17万的价竞下了三年的经营权，这可对陈敬东说是一个意外的惊喜。

陈敬东的兄长原先是水果大批发商，他接手果园之后，与兄长马上形成一种默契的合作，在成本和程序上省了不少麻烦。

陈敬东根据历来果园经营者的成败实例，别出心裁地推出了一种全新经营方式。

他在大果园的几个门都安排了工作人员，只要顾客支付10元人民币，工作人员便为顾客提供一个篮子，允许顾客进果园之后任意不限时采摘成熟的果子，品种繁多，其中甚至有一些名贵品种。

这样的经营方式，无疑增加了顾客购买水果的娱乐性，并一发不可收拾，

每年在水果成熟之际，陈敬东果园中的顾客络绎不绝，好不热闹，树上所有的水果也一销而空。

很多人不理解陈敬东的做法，10元钱，他提供的篮子绝对可以盛下10斤的水果，也就是说，陈敬东现在的方式就是无论什么水果，都是以每斤1元出售，可有的名贵品种中，市场价卖到六、七元，陈敬东以什么来盈利啊。

陈敬东是这么说的："我先吃点小亏，我的盈利是很小，但我的路会越走越宽。"

陈敬东坚持这样先吃点亏的经营方式，每到果子成熟时，他果园中的水果便会被一抢而空，而他每年都在合理增栽水果树木，他的水果总是供不应求。

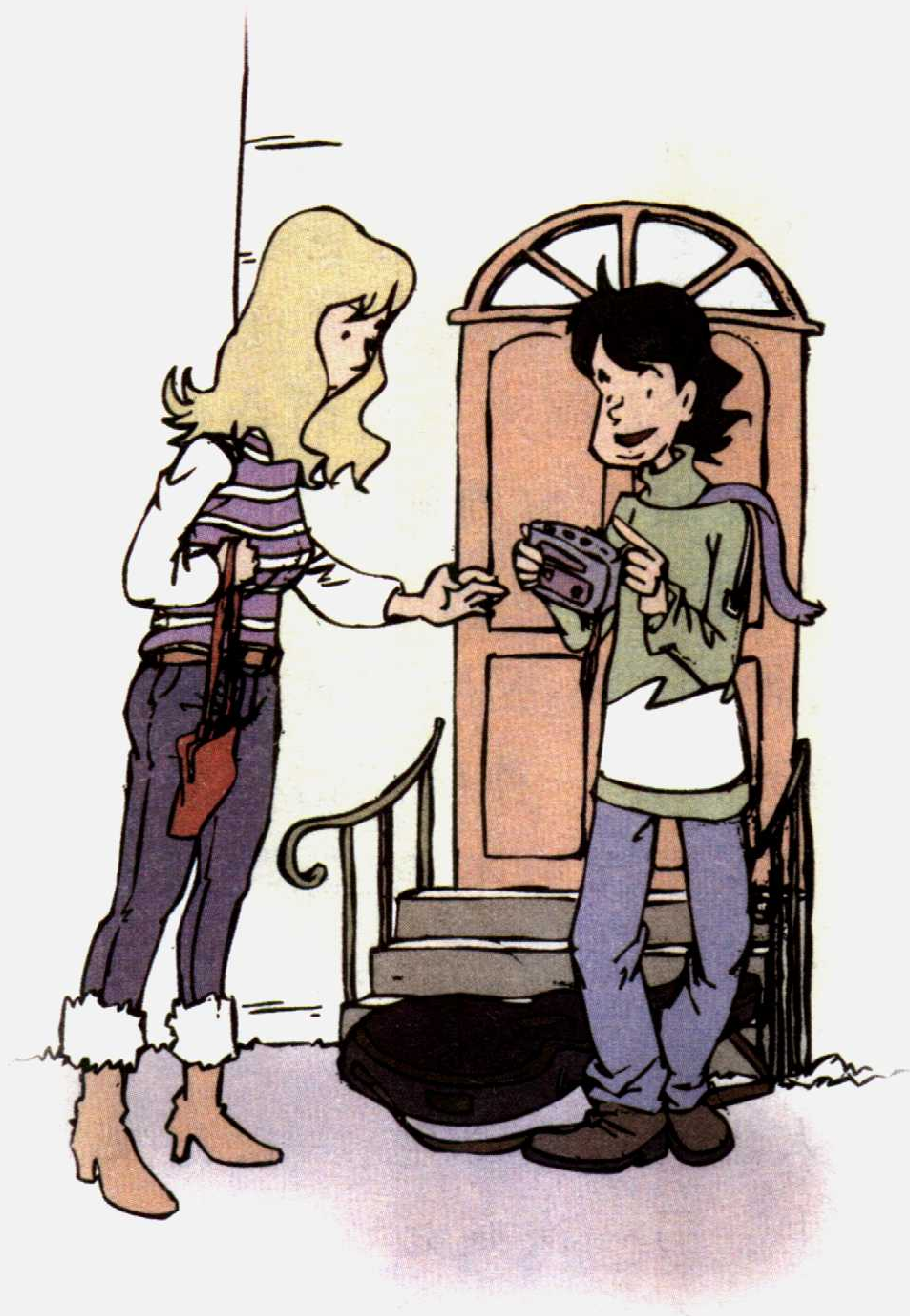
三年下来，陈敬东不仅还清了借款，而且还攒下了一大笔钱，他又继续



签了5年的合同，并扩大果园面积，将毗邻的两个果园也承包了下来，这样一来规模是原先的三倍之大，这时他的水果种类更繁多，让顾客有更多的选择。

其实陈敬东就是贯彻薄利多销的原则，而且远道来郊区的这些顾客大多是生活在城市喧闹嘈杂的环境中，他们来这儿是为了想调节一下城市生活的节奏，他们并不是为了这儿果园的低价位，而是图求一种收获的享受。所以光临的顾客是绵绵不绝，陈敬东的生意做得也是轻松愉快，还赢得广大顾客的一致好评。

人生有两次诞生，一次是来到世界的诞生，另一次则是深入生活的诞生，每个人都会经历来世的诞生，更要突破深入的诞生，肯吃亏不一定是痴人，也许好运就会自那一秒悄然飞来。



索尼推出的新产品，受到了广大消费者的认可和称赞。



5.生意要推心置腹地做

立足于市场，就必须对市场作深入的了解。做任何事情，我们都需要用心去做，真诚地去面对，才能从市场中挖掘利用潜在的、关键的有利因素。

索尼是世界上屈指可数的电子产品生产商，在电子业可谓风光无限，无人匹敌，一个又一个引领世界的电子新产品引领着索尼公司的美名传遍全球。

然而，在20世纪的50年代初，盛田昭夫就任索尼公司的总裁时，公司刚开

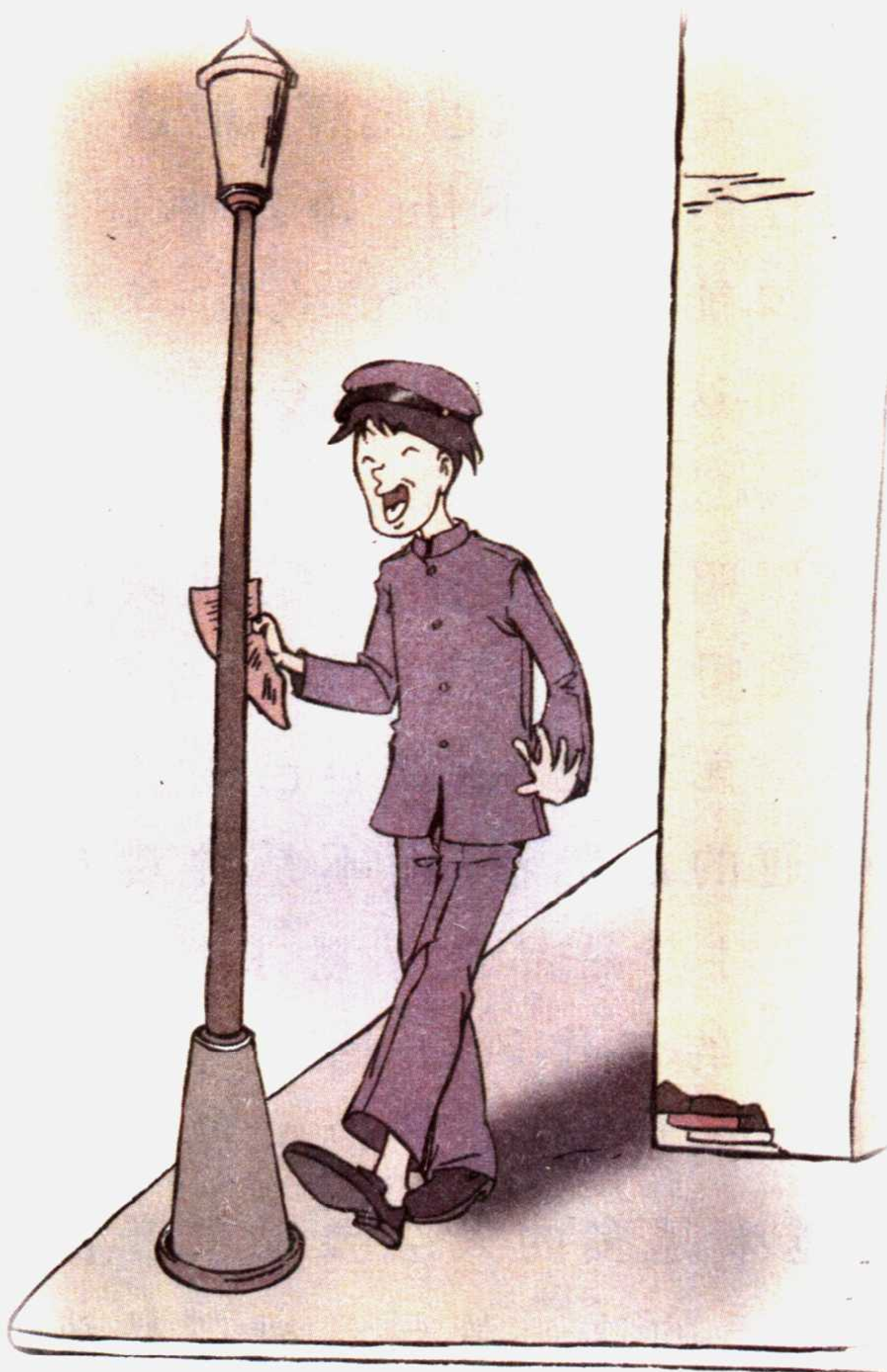


信中对索尼录音机提出言辞激烈的批评。



发了新款磁带录音机投放市场，就收到了一名音乐系大学生的来信，信中对录音机提出言辞激烈的批评，他认为这款产品的性能十分不佳，声音失真，而歌唱家需要能听得见自己真实声音的录音机，而这款产品对于专业音乐者来说，简直就是一件废物。

盛田昭夫并没有生气，他认真琢磨之后，觉得对方的言辞虽然过于激励，但并非全无道理，虽然自己的产品针对的是普通的消费者，而不是针对专业音乐人，但对产品品质精益求精，也正是盛田昭夫的工作风格，况且，随着人们生活水平的提高，对产品的要求也随之提高，越来越多的人会要求录音机效果极佳，自己的这一款录音机产品势必在不久的将来被淘汰。于是盛田昭夫就马上给对方写了回信，信中对对方的宝贵意见表示真诚的感谢，并对产品的不足



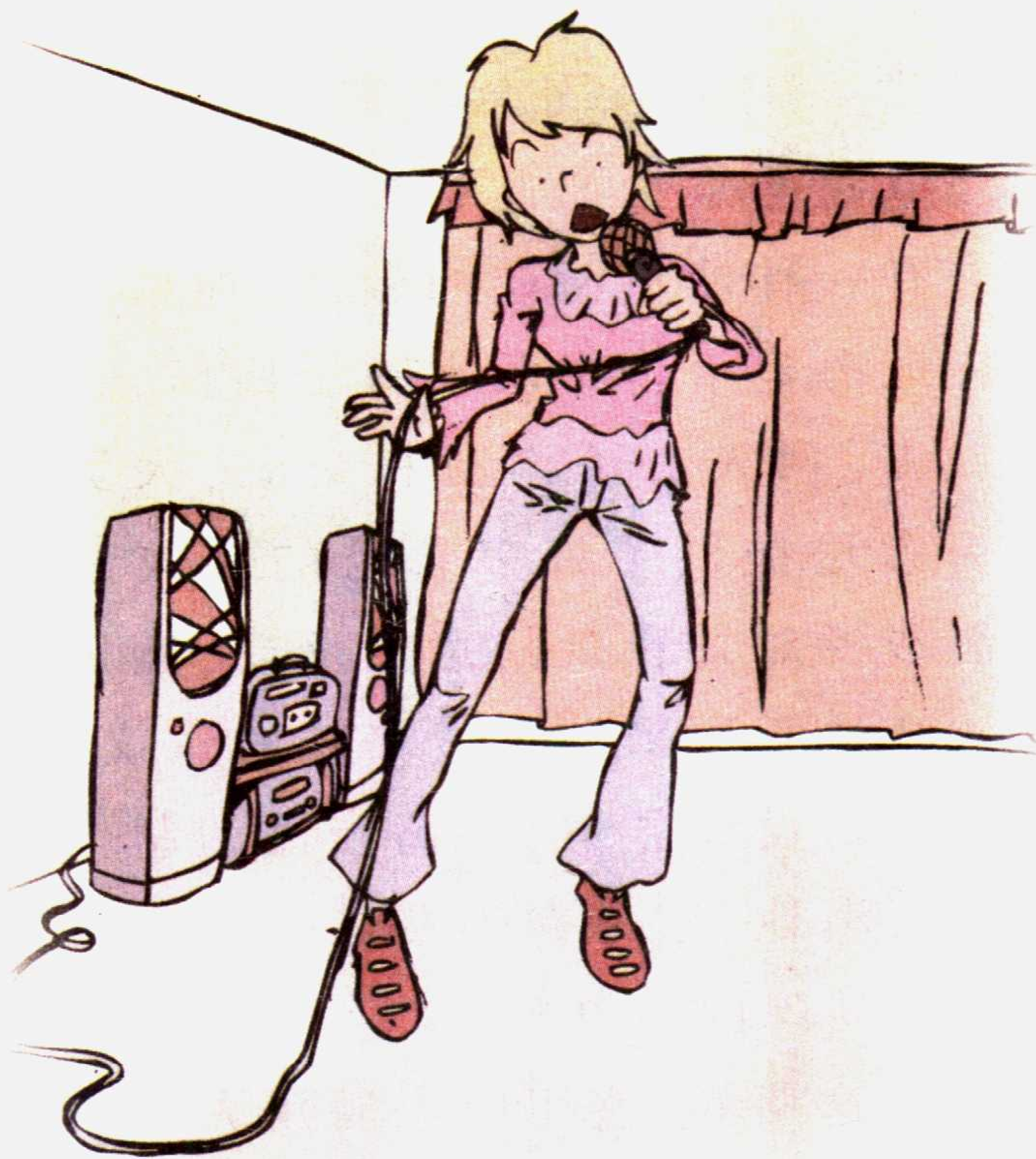
盛田昭夫对宝贵意见表示真诚的感谢，他和大贺典雄这一来二去，两人有了沟通和交流。



之处作了深深的歉意。

这位大学生名叫大贺典雄，他接到盛田昭夫的信大为吃惊，他万万没有想到堂堂一家大公司总裁能对自己近乎无理取闹的意见如此重视，不禁对盛田昭夫有一种油然而起的敬意，他也迫不及待地提笔给盛田昭夫写了回信，这一来二去，两人有了沟通和交流，大贺典雄为索尼提供了许多自己的个人建议和消费者对录音机的意见反馈，盛田昭夫认真地听取采纳大贺典雄的建议，改进产品的设计方案，提高产品的制作要求。渐渐地，索尼在消费者心目中树立了优良品牌的形象。

在这期间，盛田昭夫聘用大贺典雄为索尼公司兼职顾问，并按月支付大贺典雄可观的工资，大贺典雄从一个消费者的角度用挑剔眼光去审核每一款产品，使索尼的新产品在同行业中显示了

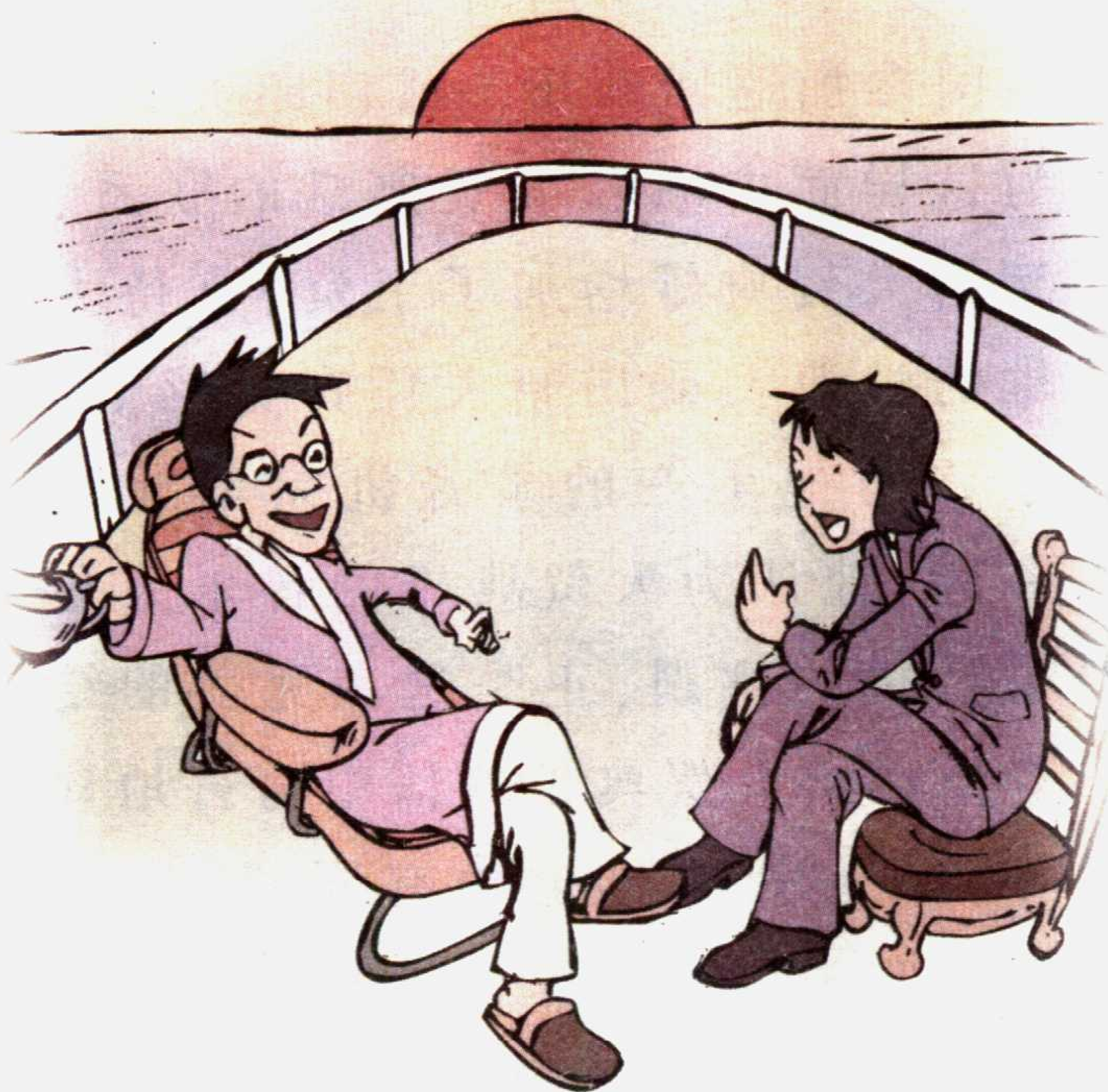


大贺典雄实现了盛田昭夫把“录音机”和音乐完美结合的梦想。



专业精细的生产水准，索尼公司开始稳步发展。

1954年，大贺典雄毕业后去德国留学，接受为期三年的音乐深造，并在欧洲各国参加巡回演出。盛田昭夫并没有因为这样而中断和大贺典雄的联系，反而又给大贺典雄增加了工资，支持大贺典雄的学业，盛田昭夫凭直觉感悟到，音乐将与他生产的录音机完美地结合在一起，他认为大贺典雄的音乐天分和对录音机的挑剔，正是这一完美的结合点。他在给大贺典雄的信中直言地谈到这一点，大贺典雄也颇有同感，同时也被盛田昭夫的诚意深深地打动。大贺典雄通过对欧洲市场的了解，发现欧洲市场对录音机产品的潜在需求，他建议盛田昭夫来欧洲作一次市场调查，两位久违的挚友终于在欧洲会面了，等所有工作做完之后，他们结伴乘船回国，在将



他们天天坐在甲板上，推心置腹地促膝畅谈。



近五天的归国之航中，他们天天坐在甲板上，推心置腹地促膝畅谈，关于索尼的发展，关于大贺典雄的音乐之路……

盛田昭夫真诚地对大贺典雄说："其实，在你给我写第一封信的时候，我就把你当成索尼的人了，你当时对索尼录音机的批评，正是索尼时刻都不能忘记的奋斗目标啊。咱们来往时间也不短了，我觉得你作为一个音乐家是一流的，如果你作为一个融入了音乐才能的实业家，你将更加出色，虽然现在录音机的技术还不是很成熟，但是，这毕竟是为时不远的事情了，正如你说的那样，随着录音机技术的成熟，必定给这个世界带来一场音乐的革命。你是一位出色的音乐家，你比任何人更了解人们对音乐的需要，我现在真诚地邀请你加入我们索尼，让你的音乐天赋与我们的生产技术相结合，来完成这一场革命。

把你的音乐带到索尼来吧，这样我们就能迎来黄金时期，也是索尼的光明前程，让我们合作吧，这无论是对你个人，还是对索尼，都是挑战和机遇啊！”

盛田昭夫这番发自肺腑的话，深深地打动了大贺典雄，这位男中音，毅然决定弃艺从商。从此，他开始了一段新生命的征程。

盛田昭夫和大贺典雄开始了亲密合作，盛田昭夫是对工作一丝不苟，精益求精的人，而大贺同样也是对音效要求完美、近乎挑剔的人，他不断地发挥在音乐方面的特长，在选择录音曲目，保持音色纯正方面，不断改进和创新。两个人经常在工作之余聚在一起讨论企业的生产方案和发展规划。大贺典雄最早担任索尼公司磁带录音机生产部门的总经理，1961年盛田又提拔他为产品设计部部长，没过几年，大贺典雄又



出任索尼与美商组造的合资企业哥伦比亚索尼唱片公司的社长。

80年代初，大贺典雄与著名指挥家小译征尔合作，推出了世界上最早的激光唱片和激光唱机，他领导着这个唱片公司一步一步发展成世界一流的唱片公司，并实现了盛田昭夫把“录音机”和音乐完美结合的梦想。

1982年9月，由于大贺典雄突出的业绩和表现，盛田昭夫在董事会上宣布，大贺典雄为新一任的索尼总裁，在盛田昭夫和大贺典雄的共同努力之下索尼公司有了突飞猛进的发展，一跃成为世界电子产业中的领军企业。

盛田昭夫从别人的批评中取得了真经，并与一个消费者推心置腹地去沟通，去交流，从而真正了解市场，了解市场的真正需要，力攻电子行业的高新技术，使索尼公司真正成为世界电子行业

的巨头。

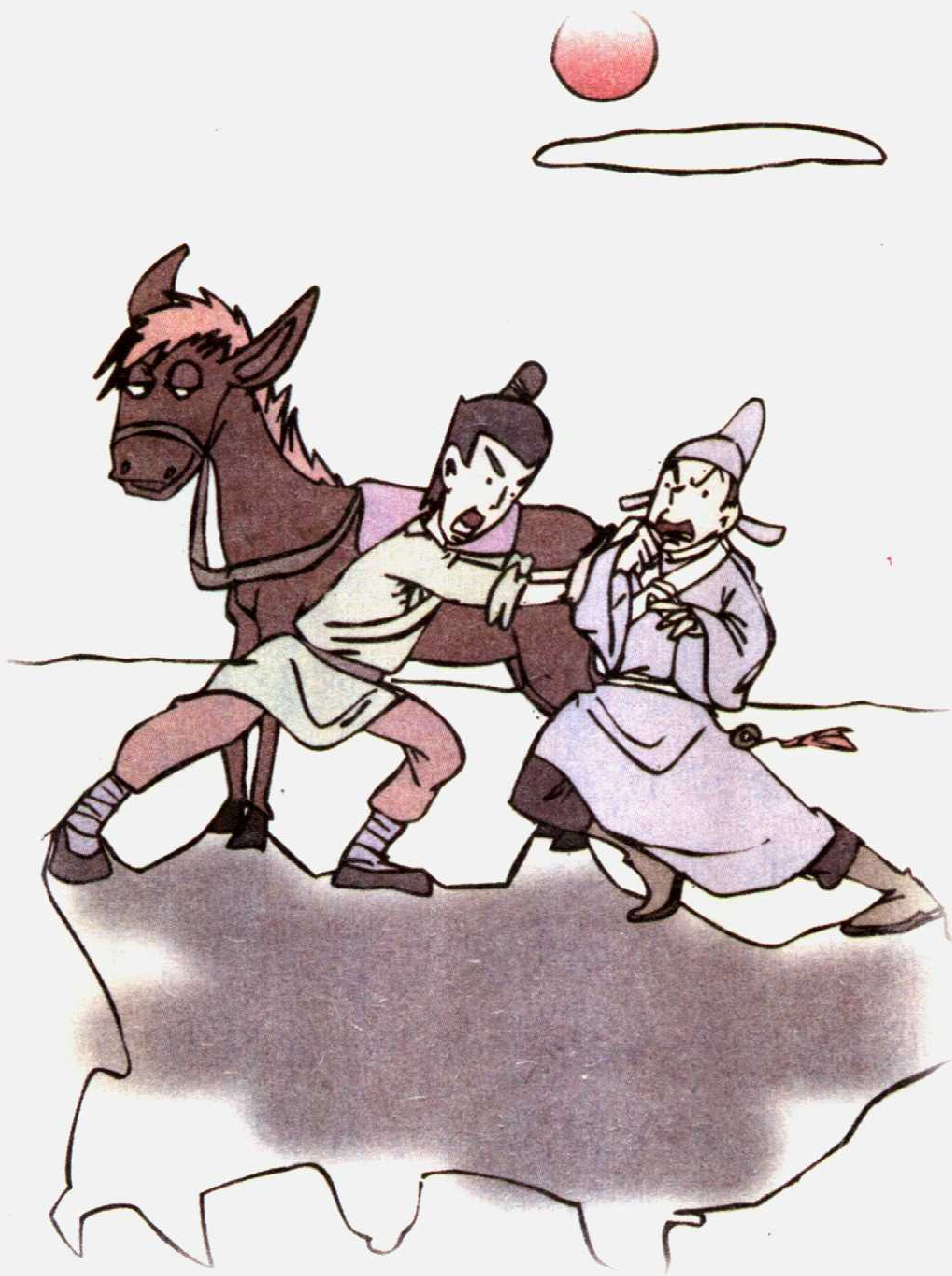
如果我们不了解事物的真实，就不可能创造奇迹，我们必须对市场的真实性、可靠性作深入了解和掌握，在此基础上才有可能去创新，去发展。





6.驴和影子的故事

有这么一则寓言，盛夏的一天，有一个年轻的书生租了一头驴，驮着他去另一个地方，这一天烈日当头，天气特别炎热，晒得书生有些受不了，于是他建议停下来休息一会儿，他从驴背上下来，打算坐在驴的影子中躲太阳光，而这时驴的主人也因热得受不了，也想坐在驴的影子下，但驴的影子毕竟不是太大，无法容得下两个人，驴的主人便和书生争夺这块影子，他认为他才有权利



烈日当头，驴的主人和租驴的书生争夺驴的影子。



拥有这块影子，书生很生气，便道："我已经租了这头驴，所以我有权利占有这块有影子的地方！"驴的主人说："你只雇了我的驴，而没有雇佣驴的影子，所以我才有资格坐在这儿。"两个人你一句我一句的开始大声争吵起来，最后两人扭打在一起，驴子早就已经不耐烦了，撒开腿跑得无影无踪。

不言而喻，这则寓言告诉我们凡事不要因小失大，然而现实生活当中，有很多人往往因为琐碎的小事争执不休，而失去了很多重要的东西。生意场上也是如此，小不忍则乱大谋，千万不要因为小的利益而失去重要的、关键的事物。

欧阳征出生于广西山区一贫寒的工人家庭，由于家庭经济条件所限，他没念完高中便辍学外出打工。

他刚到上海时举目无亲，人生地不



他帮公司追回了一笔损失。



熟，在火车站附近当起了搬运工，在这段日子里，他尝尽了人间的酸苦，干最苦最累的活，赚的钱还少得可怜，而且经常被工头辱骂，但他为了生机，咬牙忍受这所有的一切。

有一次，欧阳征帮一家装饰材料公司搬运货物，从仓库里把货装到购货人的货车上，就在满载货的车准备离去时，他发现出纳只收了二万元的现金，而他估计这一车货怎么也值三万元，欧阳征马上提醒了那个出纳，并帮助出纳拦住了那辆货车，经出纳与装饰材料公司的人再一查货，发现原来仓库的人发货时少填了一个型号的货，因此少算了近一万元钱。这位出纳和装饰材料公司的几个人对欧阳征感激不尽，非要请欧阳征一起吃饭，并由此成为朋友。

因为这事，这家装饰材料公司的金老板也约见了欧阳征，并给欧阳征安排



他自己另立门户，生意如鱼得水，利润滚滚而来。



了一份业务工作。欧阳征自己从小生活在贫困家庭，很能吃苦耐劳，能得到这份工作，他自然能比别人更努力地去做，凭着他的实干精神，三年竟为公司创利八十万，欧阳征也由此得到了近八万元的提成奖金，他一直省吃俭用，这部分奖金他一直没有动用，每月只花几百元的基本工资。

到了第四年，欧阳征向金老板说明了自己想另立门户的想法，没想到金老板倒是很开通的商人，并给予欧阳征以极大的支持。有了金老板的帮助，欧阳征在上海浦东租了一家门面，开始自主经营装饰材料。这一年正好赶上装饰热，欧阳征的生意如鱼得水，利润滚滚而来，经过几年的苦心经营，到1997年，欧阳征的公司资产达到了500万，欧阳征也成了远近闻名的建材大家。

这时，欧阳征在上海发迹之事早已

在老家盛传，同时他也把父母从老家接到了上海，母亲一见他在上海有这样大的产业，大为惊喜，她从来就没有认为她儿子有这么大的能耐，因为她当初就是让欧阳征辍学而供他的弟弟欧阳明念书，欧阳明现在广西老家工厂里上班，每月也就几百元的收入。这时父母都建议欧阳明来上海帮助欧阳征，并直接就要求让欧阳明就职公司的重要职位，欧阳征迫于父母之命，只好让欧阳明当了门市部经理。此事金老板知道后，告诫他公司事务上任人唯亲，后患无穷，要三思而后行，千万不要因小失大。

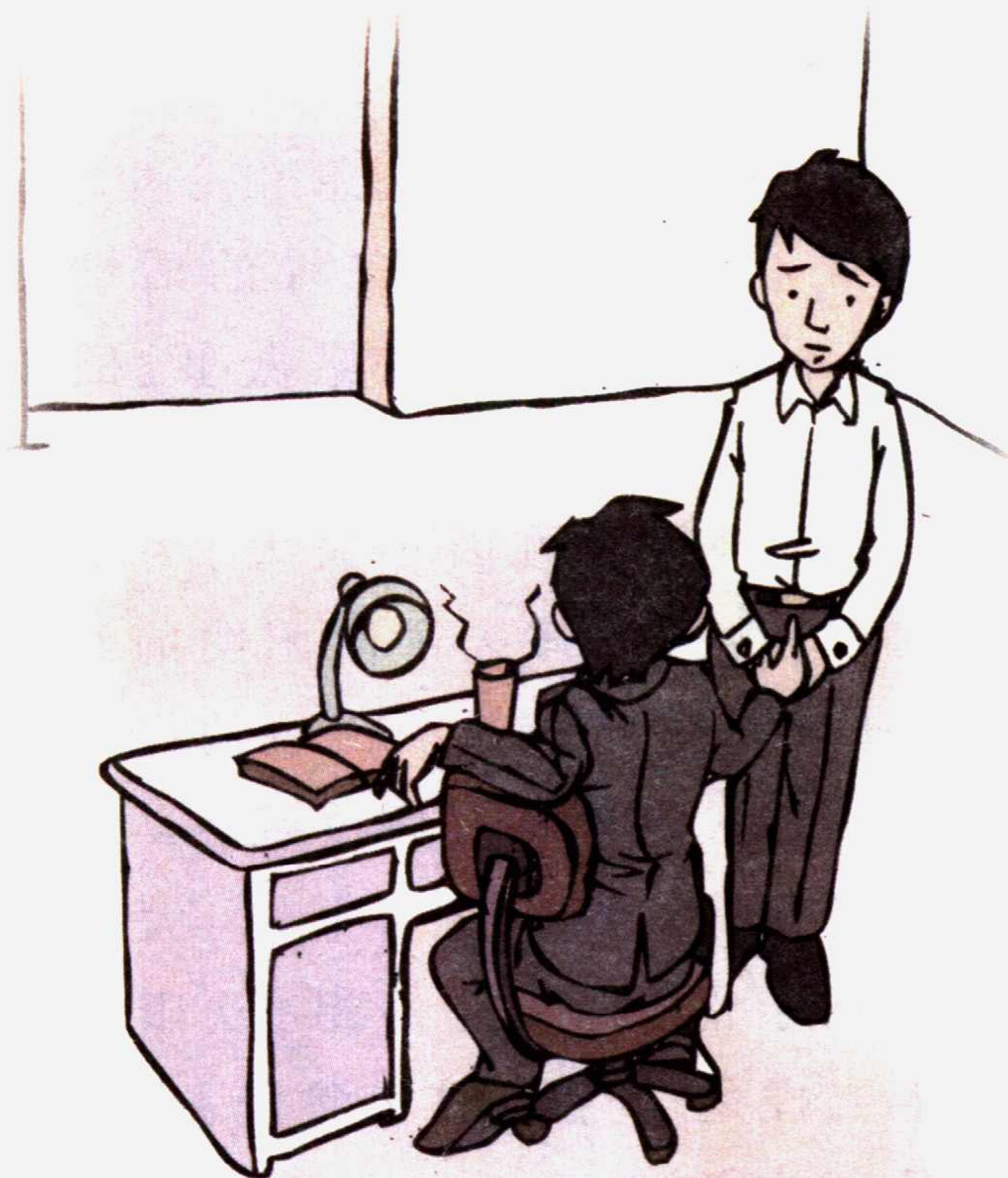
欧阳明接手门市部经理职位后，他对业务一窍不通，却对门市部其他员工颐指气使，也不懂得尊重顾客，很多顾客与他洽谈生意时，发现他根本不懂业务，便终止了洽谈，也有的客户因为他态度傲慢缺乏诚意而扭头就走。公司的



材料销售额急剧下降，公司门市部管理一片混乱，连续几个月出现了亏损现象。

欧阳征看在眼中，急在心里，他是一个孝子，从小就是父母的话惟命是从，从不违反父母的意愿做事，欧阳明也是自己的亲弟弟，可是公司的前程事大啊，欧阳征岂可因小失大，为了公司的利益，他毅然撤去了欧阳明的经理位置，重新起用原先业绩出色的门市部经理。公司状况总算有所改观。

回到家，父母特别生气，大骂欧阳征不顾亲情，胳膊往外拐，欧阳征费了九牛二虎之力才说通了父母，向他们解释外行人管理经营一个部门的种种弊端，还有近几个月来公司的业绩情况，但这些作为干了一辈子农活的父母，根本就是听了不知所云，虽然不再闹着回老家，也自此与欧阳征赌上了气。



及时终止了自己的错误作法，最后公司总算没有毁在狭隘的亲情里。



欧阳征专门安排了一个公司骨干引导欧阳明入装饰这一行，渐渐地，欧阳明终于明白当初兄长为什么撤了他的职务，也在实践中渐渐地能为公司出点力了。

欧阳征及时终止了自己的错误做法，挽回了局面，如果他一味迁就父母，对欧阳明的所作所为听之任之，在企业内部搞家族体系，那势必影响公司的正常发展，甚至到最后公司都会毁在狭隘的亲情里。

还有另一事例，同样也令人深思，余志宏和江明同为一家广告公司的两位设计师，都是公司的骨干力量，可近半年来，老板要提升其中一位为部门经理，两人为此事一直明争暗斗，谁也不服谁。

两人的工作能力是员工中出类拔萃的，老板为此事颇费心思，很难定论，

而这时，正好来了一笔大业务，是一家跨国公司的策划案，于是老板心生一计，让两人同时设计一份方案，客户采用谁的方案，谁就将是部门经理，余志宏拿到资料，便马上投入工作，誓要将江明比下去，而江明一样不甘示弱，不但要与余志宏比水平，还要与之比速度。

一周后，与客户约定了时间，让客户审定哪个方案更有创意，更可操作，早上，余志宏与江明都早早地到了公司的会议厅，老板正在接客户的途中。余志宏与江明四目相对，目光中透露出藐视对方的眼神。老板秘书说："老板说让咱们先看一下方案，到时客户到了好应付。"

余志宏和江明两人都将自己的方案拿出来让秘书过目，忽然，余志宏一拍案子："江明，你好卑鄙。"江明本来一



见余志宏就有气，一听余志宏这一嚷，火蹭一下就上来了："姓余的，你说什么！"

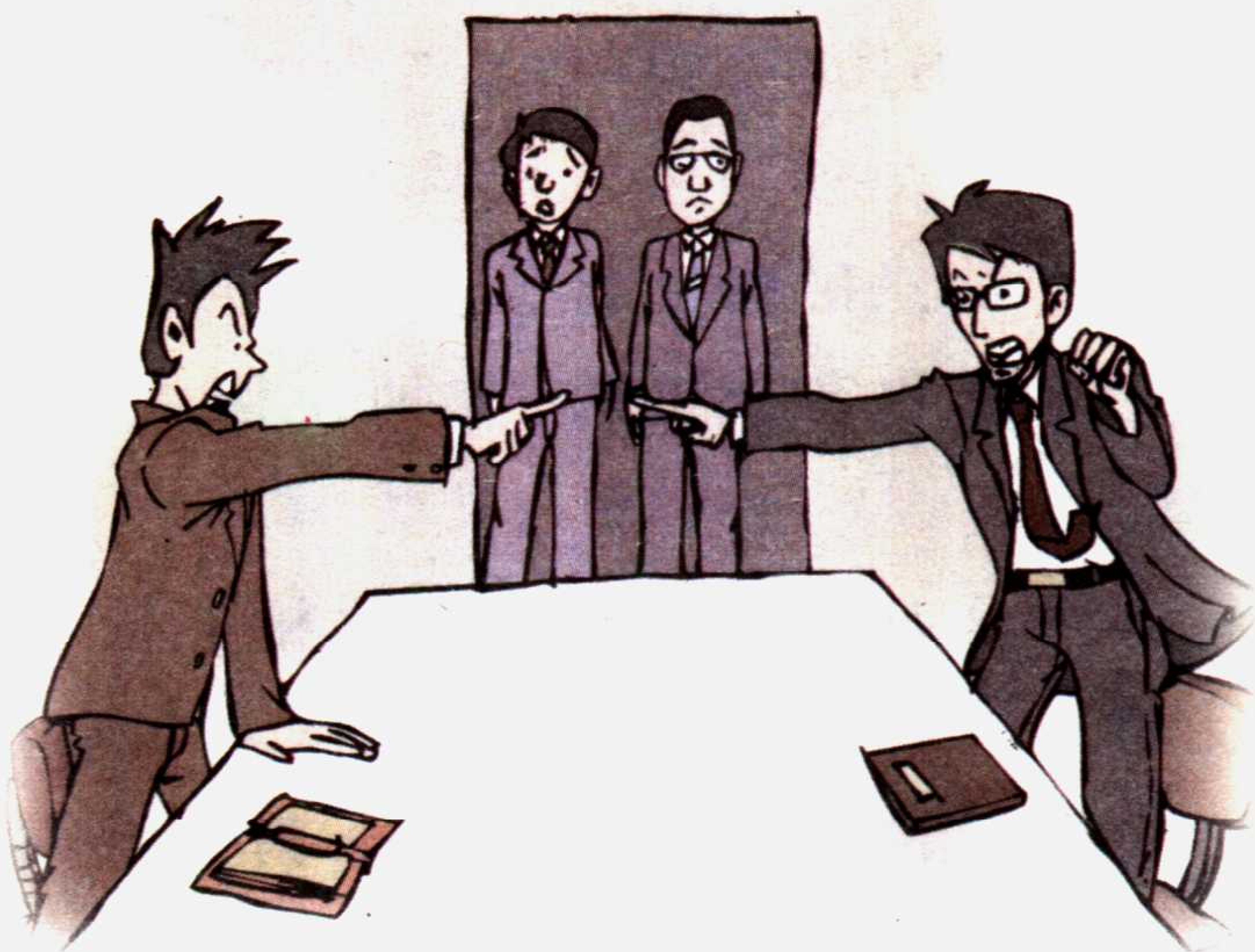
余志宏一指江明的方案："你好意思吗，这是你的方案吗，你明明盗用我以前给A集团拟的草案！"

江明大怒："你血口喷人……"

这时，秘书也急了："不要吵了，一会儿老板和客户过来了，两位以大局为重好不好。"

可这时的两人根本不听秘书的话，反而越吵越凶，老板和客户已站在会议厅门口，余志宏、江明一下子鸦雀无声，两人马上意识到事态的严重性了。客户极不满意地说："这就是你们的团队精神吗？"伸手一握老板的手："实在抱歉，我们无法再合作了！"

老板这时脸是铁青的，他一言不发，在这一种沉默中，余志宏和江明都



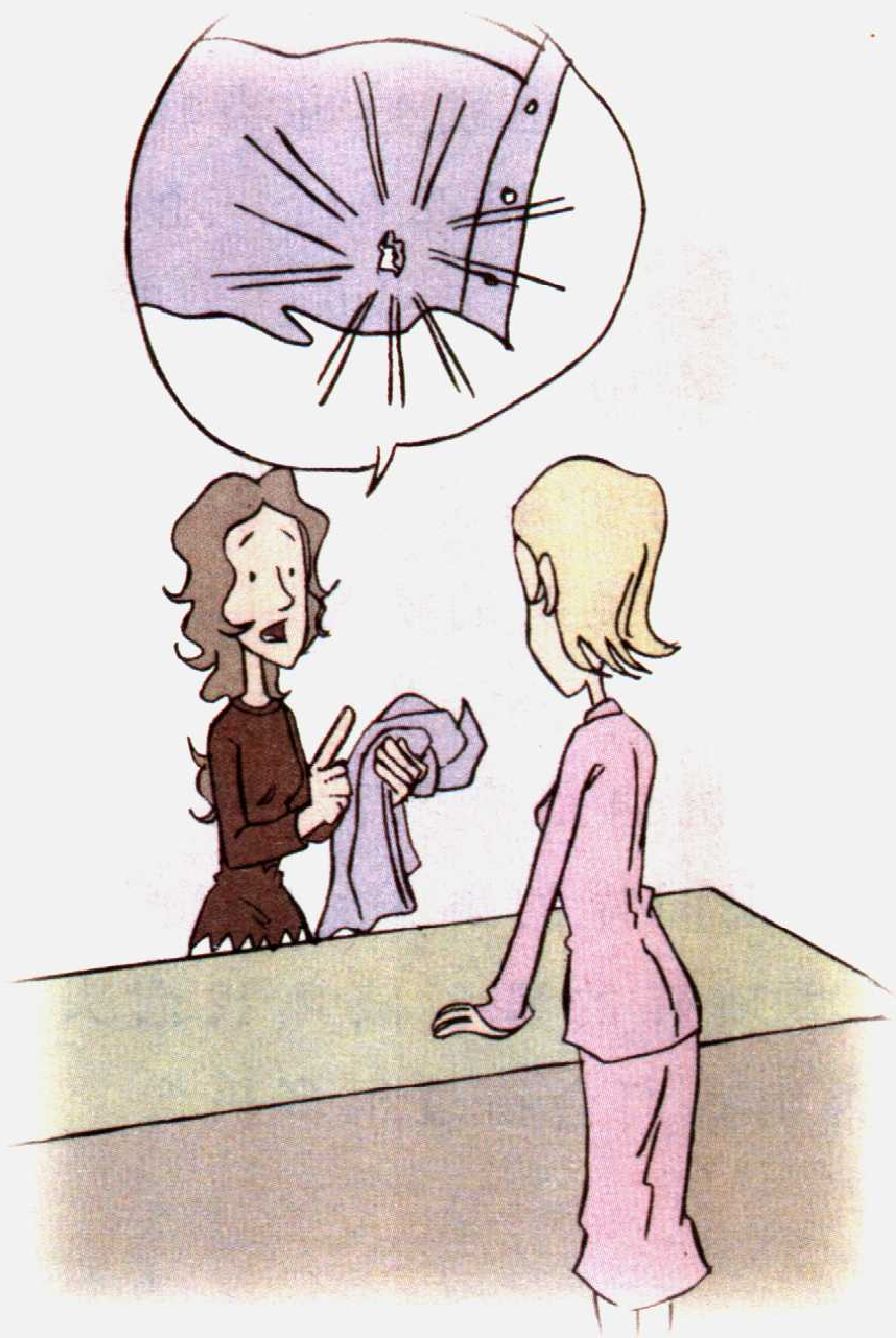
很多人往往因为琐碎的小事争执不休，而失去了很多更重要的东西。



意识到暴风雨来临的寂静。

客户走了，业务自然没有谈成，余志宏和江明谁也别想再当什么部门经理，所有的这一切都在个人的争吵中而结束，两人懊恼不已，可已为时太晚了。

这两位因小事争吵而失大局的人，与前面说的驴和影子的事例确有异曲同工之处，说明的道理其实很显明，就是要人们不要捡了芝麻丢了西瓜，因小而失大，机遇是有限的，错过了就再也不会出现同样的事，所以我们千万不要让一些琐碎的事，破坏我们头脑的冷静，否则我们会错过很多机会。



一位女顾客拿了一件刚刚买了几天的衬衫要求调换。



7.把“对”让给顾客

企业只有一个利润中心，那就是顾客的钱包，经营只有一个目标，就是满足顾客的需要，把“对”让给顾客就完全体现了现如今时尚的经济理念——顾客是永远的“上帝”。

赵伍是哈尔滨一家文化广场的经理，他有超前的经营理念、敏锐的思维和独特的判断力，本来该文化广场是一家面临倒闭的企业，可自26岁的赵伍接手以来，该商场的业绩日益上升，得到



营业员对衬衫上的洞产生了疑问。



了连连的称赞，冬天的哈尔滨是冰城，是水晶般的梦幻城市，来目睹此情景的人非常之多，有看冰灯的，还有滑雪的，记得在2000年冬天的一个星期天，商场是人山人海，在下午二三点左右来了一位年轻的女顾客，手中拿了一件刚刚买了才几天的衬衫来调换，原因是她在买走衬衫时并没有发现衬衫有个洞，可回到家中丈夫发现了这个洞，所以今天来此调换，当售货小姐接过她手中的那件衬衫时，小姐却发现衬衫上的洞，好像是被烟烫的，而并不是衬衫质量出现问题，纯属人为原因，所以该售货员坚决不予调换，就这样，该售货员和顾客发生了争吵，年轻的女顾客认为是质量问题，没过保换日期就应该调换，而售货员认为衬衫不属质量问题完全是欺诈不予调换，越吵越凶引来了许多看热闹的顾客，不一会儿整个通道被堵得水泄

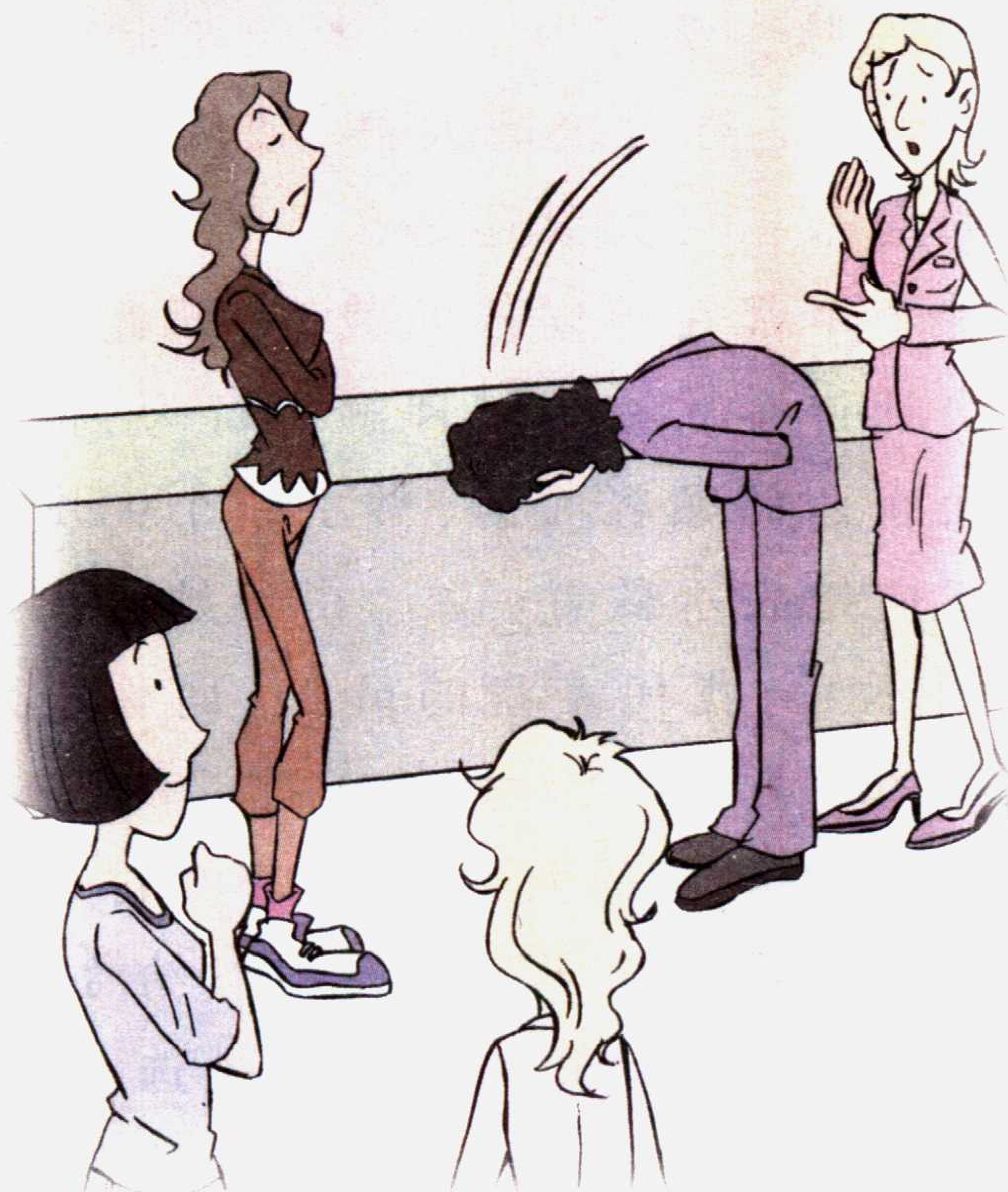


售货员和顾客之间就由此产生了矛盾，发生了争吵。



不通，接着为了避免冲突的延伸，不知道谁请来了经理赵伍。

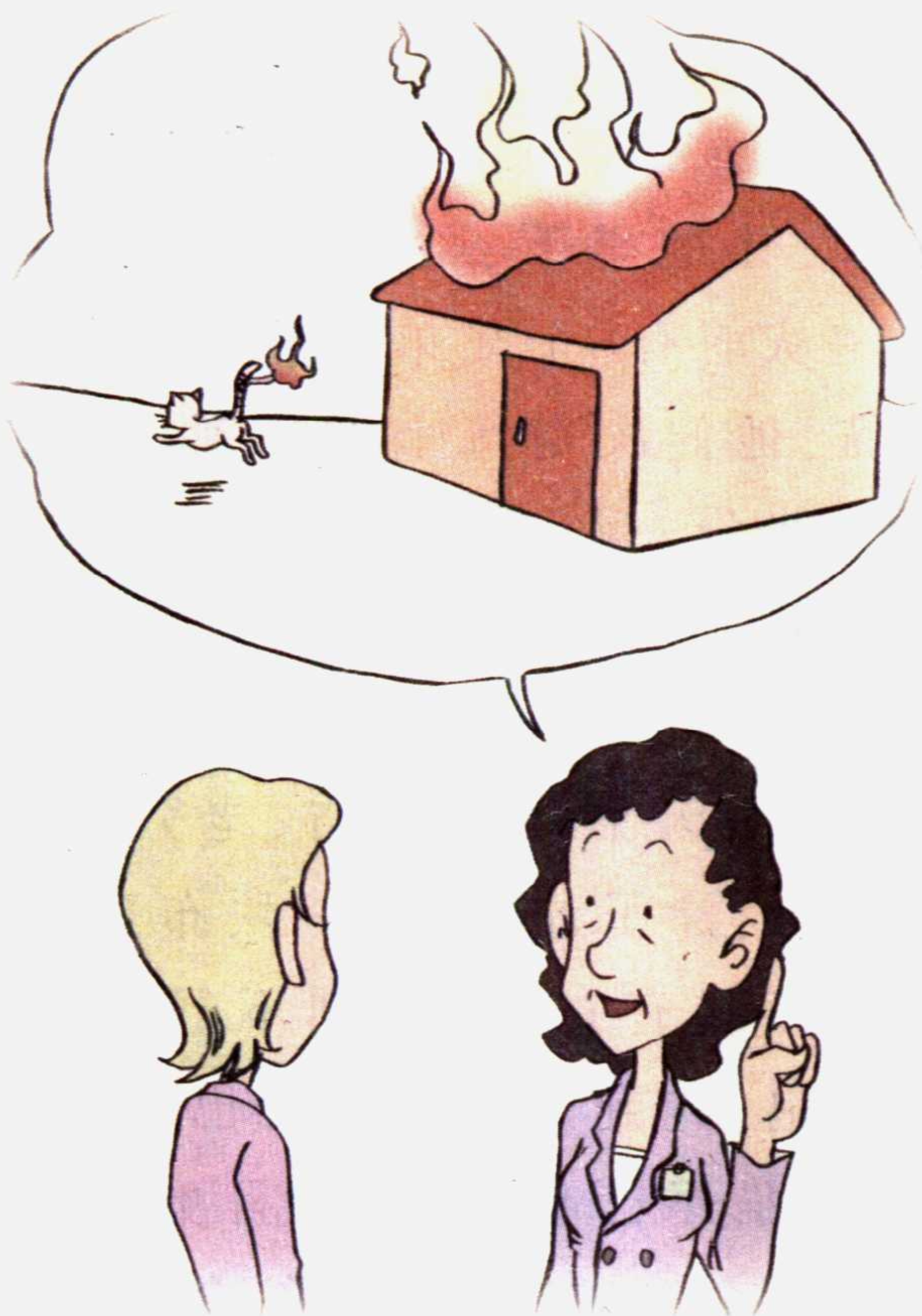
赵伍到了现场非常冷静地弄清了来龙去脉，为了让消费者能正常的消费，他先是努力疏散人群，使人流变得畅通起来，可大家还是久久不愿离去，仿佛个个都在等候他的裁决，而此时他做出让许多人都不能理解的行为，他走到换东西的顾客面前，做了一个90度的鞠躬向她表示歉意，说："由于她今天的态度不好，我代表我的员工，向你表示深深的歉意，我会对她给予批评的。"然后她接过年轻的女顾客手中的衬衫又说："今天我作主了，这件衬衫给你换，并且派几个质量检查员陪你挑选，直到你换到满意的商品为止。"话语刚落，年轻女顾客露出了胜利的喜悦，而刚刚和年轻女顾客吵架的售货员却被赵伍叫走，让大家认为她受训，事情已经有了



经理走到顾客面前一个90度的鞠躬向她表示歉意，用诚恳的态度结束了这场纠纷。



结果可人群却还没散去，顾客都在议论赵伍，认为他处理得非常得体，在此购物有顾客是“上帝”的感觉，被叫进办公室的售货员心中很不悦，赵伍给她倒了一杯水，让她坐下，然后给她讲了一个故事：“从前有6个兄弟，分家后共同养一只猫，他们决定每个人分别占有猫身上的一部分，哪一部分出了问题，就由占有它的人负责，他们的分工是：老大负责猫头，老二负责猫脚……老六负责猫尾巴，一天猫尾巴受伤，老六把它伤口洗干净，涂了油，又用一块布裹好，猫由于尾巴扎有布条，感到不舒服，于是乱窜乱跑，跑到炉火旁把尾巴上的布条烧着了，猫尾巴起火，猫跑得更厉害，最后爬上一个高的谷仓顶，谷仓被烧是由于猫尾巴着火引起的，所以5个哥哥把小弟送上法庭，硬要他赔偿损失，可到了法庭聪明的法官却讲了句话就把每



经理用生动的故事开导了这位营业员。



个哥哥顶得哑口无言，这句话是'假如那只猫没有头，没有脚，一条光秃秃的尾巴能爬上屋顶吗？'法官之所以这样善断，是法官运用了联系思维法，事物是相互联系的，不是直接联系，就是间接联系；不是必然联系，就是偶然联系；不是内部联系，就是外部联系；不是次要联系，就是主要联系；不是现象联系，就是本质联系……孤立的事物是永远不存在的，根据这一法则我们用联系的思维去把刚才的事情分析一下：顾客永远是消费者，她只会站在自己的立场上想问题，如果她们可以换位思考，今天就不会有这不愉快的事情发生了，而在一旁围观的人又大多是消费者，所以他们会有相同的观点和体会，他们并不了解事情的内幕，只会看事物表面，因为这样才来的直接，所以他们也不会考虑衬衫上的那个洞会是消费者造成的，而所

有在场的人都会认为衬衫上有质量问题，再加上你态度不好，会使消费者产生不安的心理，从而失去了在此消费的信心，这样一来会失去很多顾客，也会使企业少赚不少钱，我今天把你叫进来不是为了批评你，而是希望今后如果有同样的事情发生，你能够妥善地处理好，赢得消费者的信任，让所有人明白在我商场购物没有永远的保障，但有更好的服务。”

此事几个星期过后，赵伍突然接到一个陌生人的电话，说要和他谈合作，等他问仔细情况才明白，此人就是在处理上次青年女顾客问题时的旁观者之一，而且还是一家有名旅行社的一个导游每周带团两次来此地，一次就是100人，之所以今天打电话前来谈合作是赵伍那天的处理引起了不同的凡响，导游小姐告诉赵伍会让自己顾客得到最好



的服务，售后得到最好的保障，让人买后放心，吃得放心，用得放心，后来导游还把自己几个朋友带的团介绍给赵伍，使文化广场每天都会有固定的消费者。优质的服务，赢来了很大的利润，由此文化广场开始走上了辉煌的历程。

致富的艺术不是勤奋，更不是节俭，而是如何选择合适的方法，合适的时机，合适的地点。任何一个与只顾赚钱的乌合之众为伍的企业是不能长期生存下去的，让我们拿出最大的勇气来挑战自我，挑战人生。





靠自己的坦诚和勤劳认真的工作态度，迈出了成功路上的第一步。



8.诚实比一切智慧都好

诚实是这个世界上最宝贵的东西，它比一切智谋和财富更有价值，也是创造和获得财富的基本条件。

诚实是力量的一种象征，它显示一个人的高度自重和内心的安全感与尊严感，同时这也是取得别人尊重和信任的基础。一个人如果不诚实，就没有人愿意相信他，那么他无论做什么最后也只会落得个一事无成，因为生命不可能从谎言中开出灿烂的花朵，财富也不可



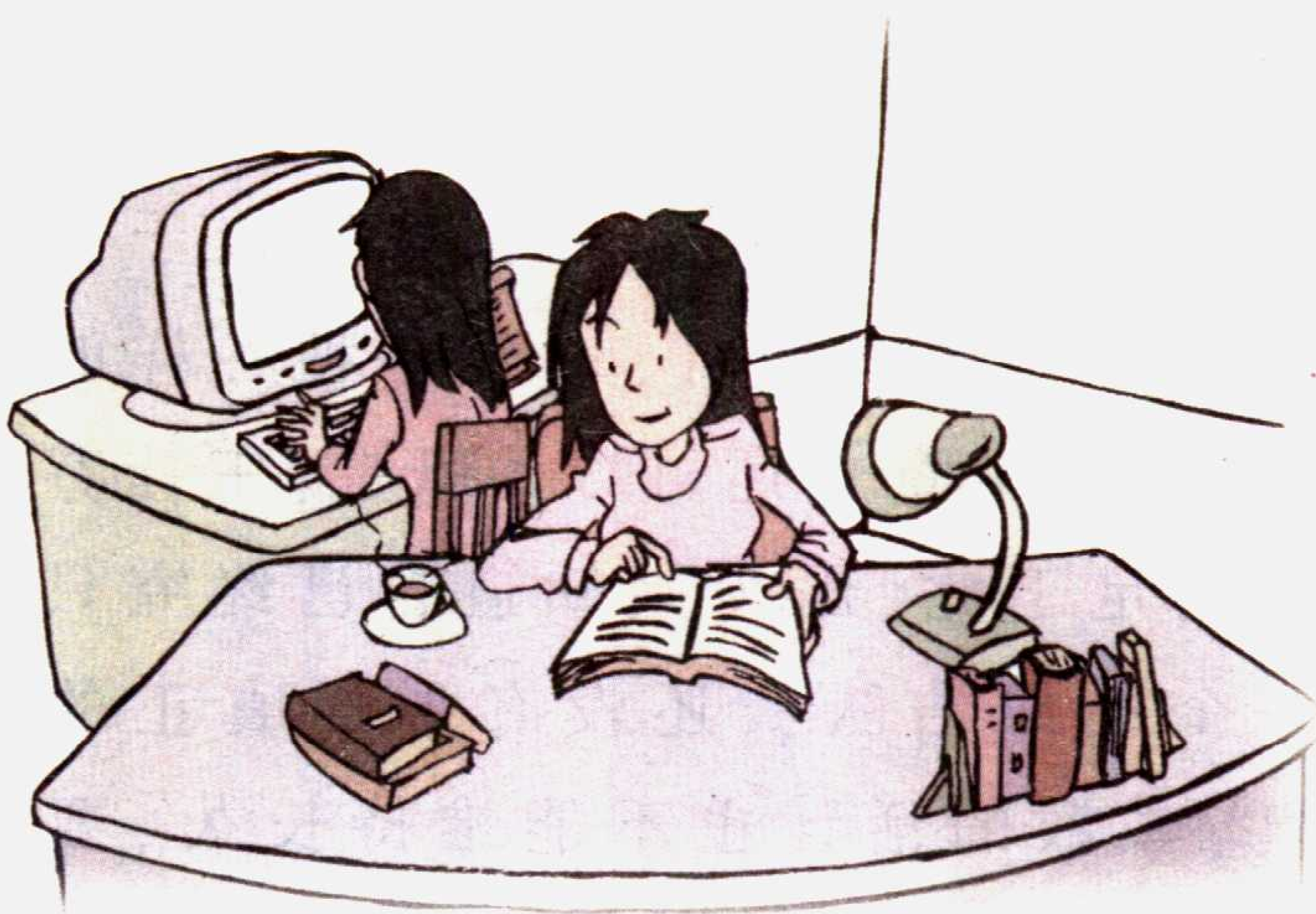
她带领保洁队做着各种各样的保洁工作。



能因为谎言而向你靠拢。

王桂芬原本是一家纺织厂的女工，自从1993年下岗之后就一直做保洁工作，并自己组织了一个由各行各业中下来的十几名女工组成的保洁队。经过一段时间的发展之后，这个保洁队变得越来越正规，由王桂芬带领着穿梭于各中小酒店和会议场所，做着各种各样的保洁工作，生意也还可以。但是，王桂芬并不满足于此，因为她知道自己终究只是一个小保洁队，还没有形成真正的规模，零散的活计也不能维持长久，要想更好地生存下去，必须寻求更好的发展出路。

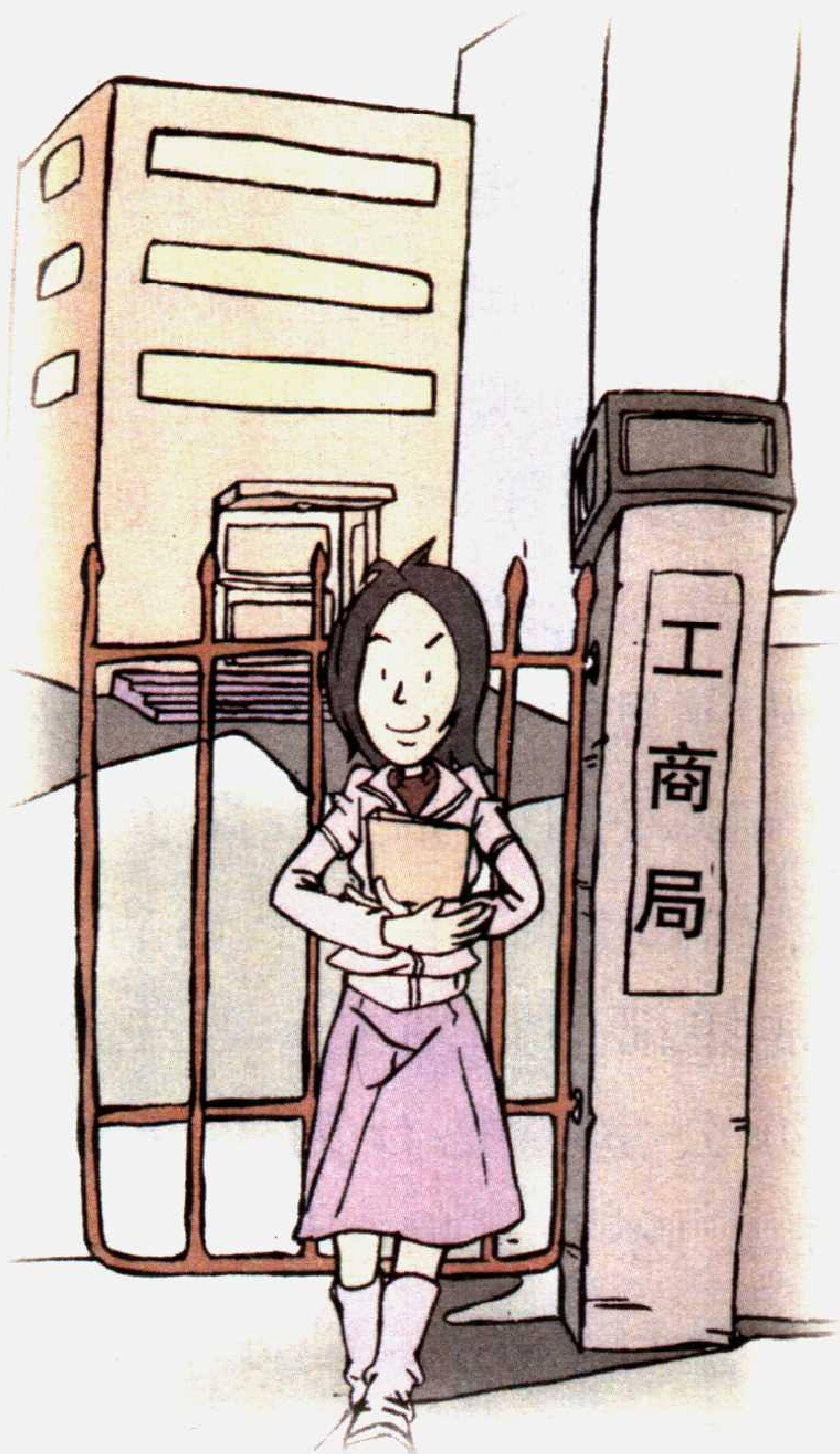
1995年4月，王桂芬等来了这样一个机会。经一位朋友介绍，她得知省电视台彩电中心将于6月份剪彩启用，现在正急需清洗和打扫，而且基建和装修留下的垃圾也亟待清理，这可是一笔大



她为了合作这个项目，晚上加班熬夜找资料。



业务，而且一旦做好了，还可以扩大自己团队的知名度，一定要争取拿下。随后，王桂芬就投入到了紧张的准备工作中。她先是到彩电中心进行实地考察，在了解了实际情况之后，就向当时的负责人提出工程请求。但是，由于时间紧，任务重，对方要求有一份计划书，才予以考虑。当时已经是傍晚了，王桂芬匆忙赶到书店里，买了一堆参考资料，然后找了一家小打字店，出高价雇了一名打字员，自己也熬了一个通宵，写出了一份非常详细的计划书。当王桂芬赶到负责人办公室，把计划书交给他的时候，负责人吃了一惊，因为在这份计划书中，几乎已经详尽到每个卫生间，甚至每个马桶的打扫和处理方法。于是，当即拍板要把工作交给王桂芬做。但是，工作要先签合同，这是正规公司才能行使的程序，而王桂芬的保洁队并没

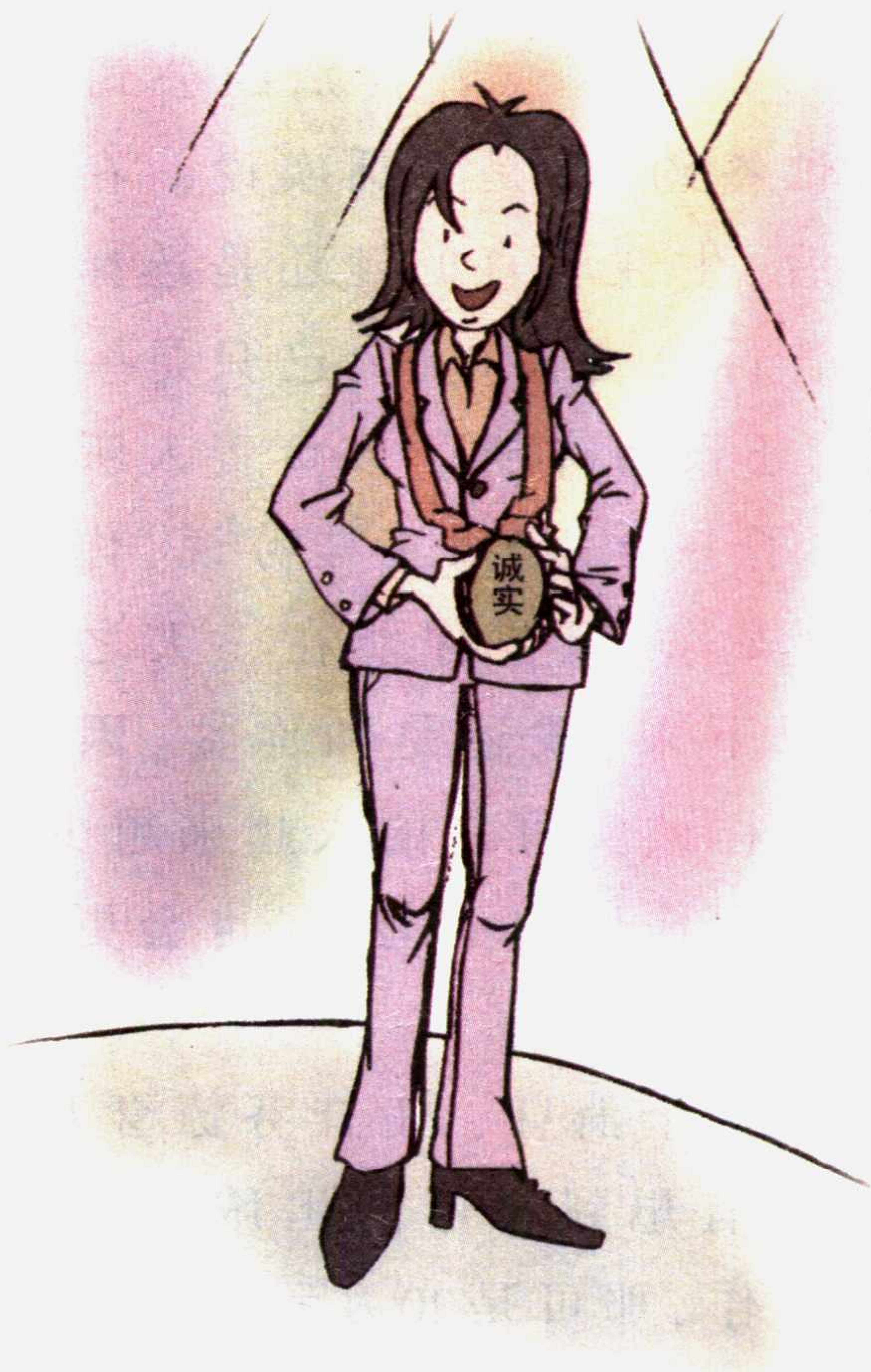


在她自己的努力下，事情发展得异常顺利。



有注册，根本就没有权利签合同。怎么办？此时，在王桂芬面前有两条路，一是找个借口拖过去或者找别的公司的熟人来帮忙签约，二是实话实说。在反复考虑之后，生性耿直的她还是选择了后者。她告诉负责人说，自己只是一个小保洁队，还没有注册。该负责人听过之后，考虑了一会儿，对王桂芬说，你回去办证，我等你，只要你能在三天之内把公司注册下来，我还是和你签，因为现在像你这样诚实可靠的人越来越少了，这些活交到你们的手上，我也会更加放心。

听到这个消息，王桂芬惊喜万分，她实在没有想到自己的坦诚竟然留住了这份工作，那可是20万元的一个项目呢。干好了就够姐妹们吃半年呢。她赶忙跑回家里和丈夫去工商局办理注册手续，并幸运地在三天之内就搞掂了一



真诚待人的人必定也能取得别人的信任和欣赏。



切，顺利地签下了合同。

在签下合同之后，王桂芬和姐妹们一起加班加点地干了半个多月的时间，把整个大楼打扫得纤尘不染，那位负责人来检查时，禁不住连连点头："很好，很好！我果然没有看错你们，做得好啊！"他在临走的时候，把一个电话号码递给了王桂芬，那是另一家大楼负责人的联系方法，他说："你是一个诚实的人，做事认真负责靠得住，我可以放心地向我的朋友推荐你的队伍，我相信你们一定会做得更好的。"

就这样，王桂芬靠自己的坦诚和勤劳认真的工作态度，迈出了成功路上的第一步，随着公司业务的发展和名气的提升，越来越多的大公司开始找他们为自己服务。

和一个诚实的人打交道，不管它有多少缺点，都有可能被我们忽略，因为

它的这一个优点就可以让人神清气爽，忘记其他的不适。而具有这种品格的人一定比没有这种品格的人更容易找到幸福，也一定比没有这种品格的人更容易在事业上取得成功。这是因为，能够以诚待人的人必定能取得别人的信任和欣赏，并能够从中得到应有的回报。





9.智富之举

在这个世界上，我们往往很难判断一件事情是对的还是错的，我们对待它的态度是明智的还是愚蠢的。所以，不要太在意别人对你的所作所为的看法，即使是权威人士说出的话也是一样，因为没有谁是永远正确的。智慧的决策和行动是成功的保障，用别人的话来指导自己是件很糟糕的事，一旦错了也会更加后悔。所以，当你认为这是对的时候，就去做好了，因为只要用心，任何事都



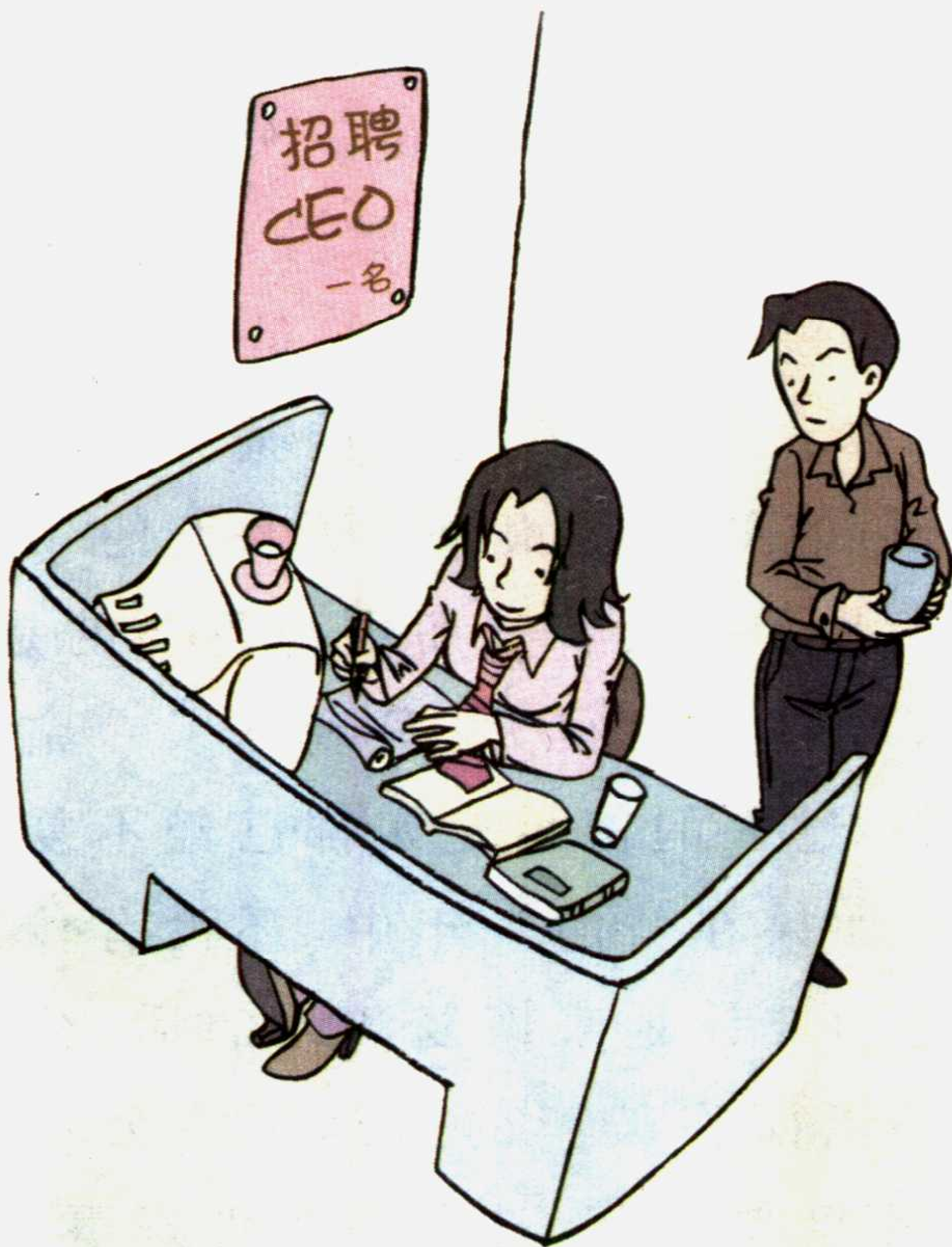
充满智慧的行动和决策，是走向成功的保障。



是有前途的。

岁末年终，不但是喜庆的日子，也是各公司盘点收益，给员工分红分利的日子，按理说，大家都应该开心才对，可是在深圳某化妆品公司的员工却很难笑得出来。因为，在过去的整一年时间里，公司的效益都很差，每个人的年终奖都缩水了一大半，而更为重要的是，现在公司的亏空很大，只剩下了一副大骨架子，过去的富足充实都已经不复存在了。如果在新的一年中，还没有什么大的变动或计划来恢复活力的话，公司就很可能面临破产的命运了。公司破产，大家就要失业，这总不是件好事，所以每个人都很抑郁。

然而就在这个时候，公司的总裁别有新意的在各个办公室贴出了一张招聘启事：从即日起，本公司在内部员工间招聘CEO一名，只要是本科以上学历，



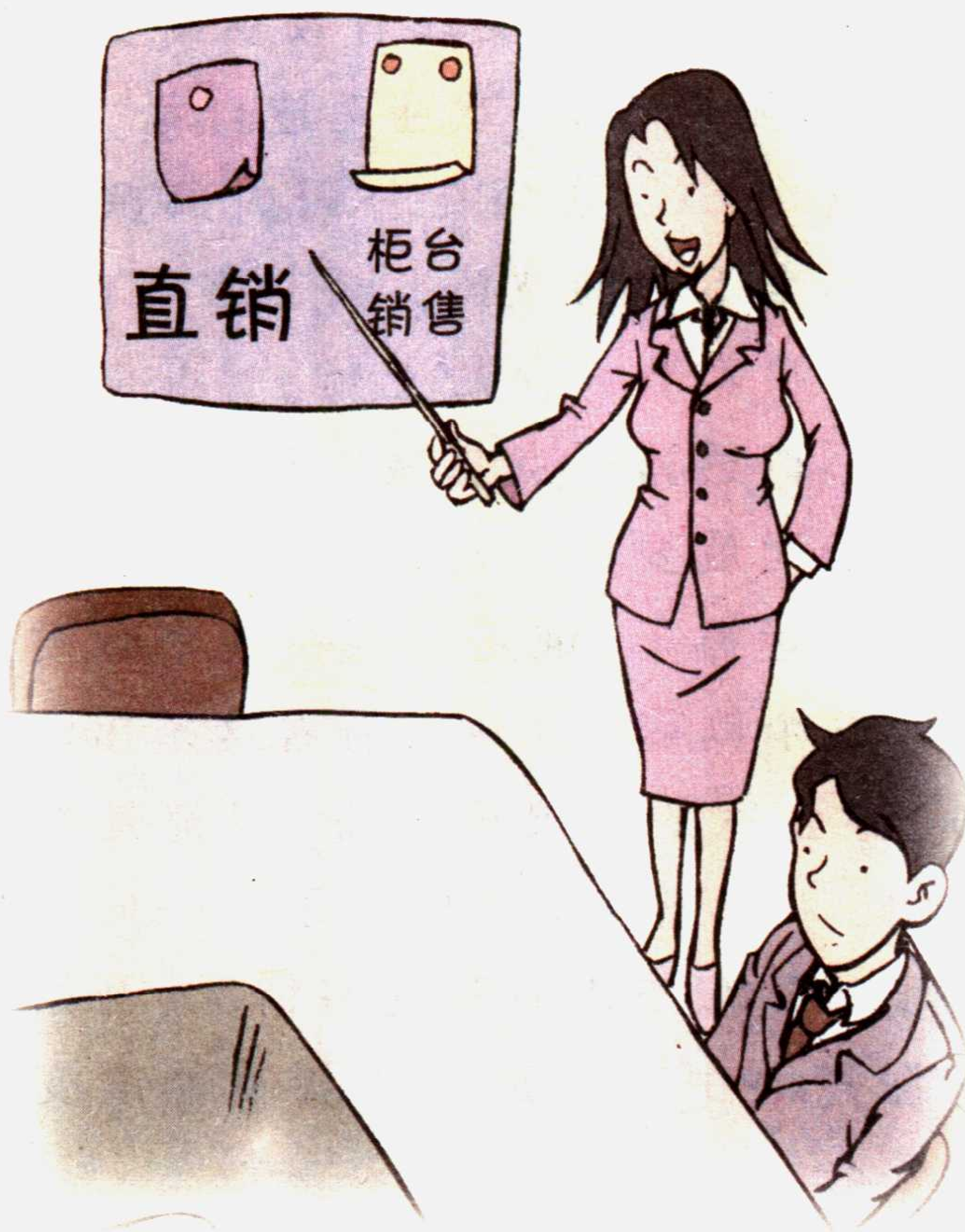
她毛遂自荐，向公司争取一次成功的机会。



在本公司工作时间在两年以上的人都可以参加,并且不受现有级别制度的限制,可以随意报名,欢迎毛遂自荐。

这个广告立刻在公司内部掀起了一个不大不小的波涛。要是在以前,这个位子早就有人捷足先登了,可是现在谁也不敢透露一点想做的意向。是啊,眼看公司就要病入膏肓了,留下这么大的一个烂摊子,谁还愿意在这个时候来领养这个倒霉孩子呢。看着这条招聘启事,办公室的人议论纷纷,但都是冷言冷语,一副置身事外的样子。一向文静沉稳的欧阳玉霞看到这些情况,开始陷入深思之中:难道真的就不能改变了吗?

第二天整个上午,欧阳玉霞都埋头在办公桌旁奋笔疾书,一个同事觉得很奇怪:现在公司里并没有什么事呀,什么东西还要这么用功。走过去一看,原



不要在困难面前放弃自己的想法和目标。



来她正在写关于CEO的申请报告。这个消息一传出，整个办公室一下子又热闹起来。许多人的眼光中都充满了惊奇和不屑，谁也不相信平时默默无闻的欧阳玉霞能在这个关键的时候给公司创造出什么奇迹来。但是，这些并没有影响到欧阳玉霞的决心和计划，倔强本就是她的老朋友，只要是她认准了的事，就没有半途而废的，哪怕再困难，也会坚持到底。

经过两天的准备之后，欧阳玉霞的企业复苏计划已经全部完成。剩下的就是看老板的态度了。幸运的是，老板的思维很开放，对她的计划非常感兴趣。在看过这份详细的计划书之后，他当即拍板通过了申请，并在随后的例会上宣布任命欧阳玉霞为公司的CEO，全权负责企业的各项规划，而且还给了她很高的自由发挥空间。

欧阳玉霞成功的自荐结果让所有同事大跌眼镜，因为在他们印象中，这位文静的同事除了工作踏实之外，好像并没有别的出色的地方。以至于她在这个公司工作了整整两年半的时间，许多人还不知道她是双学位。

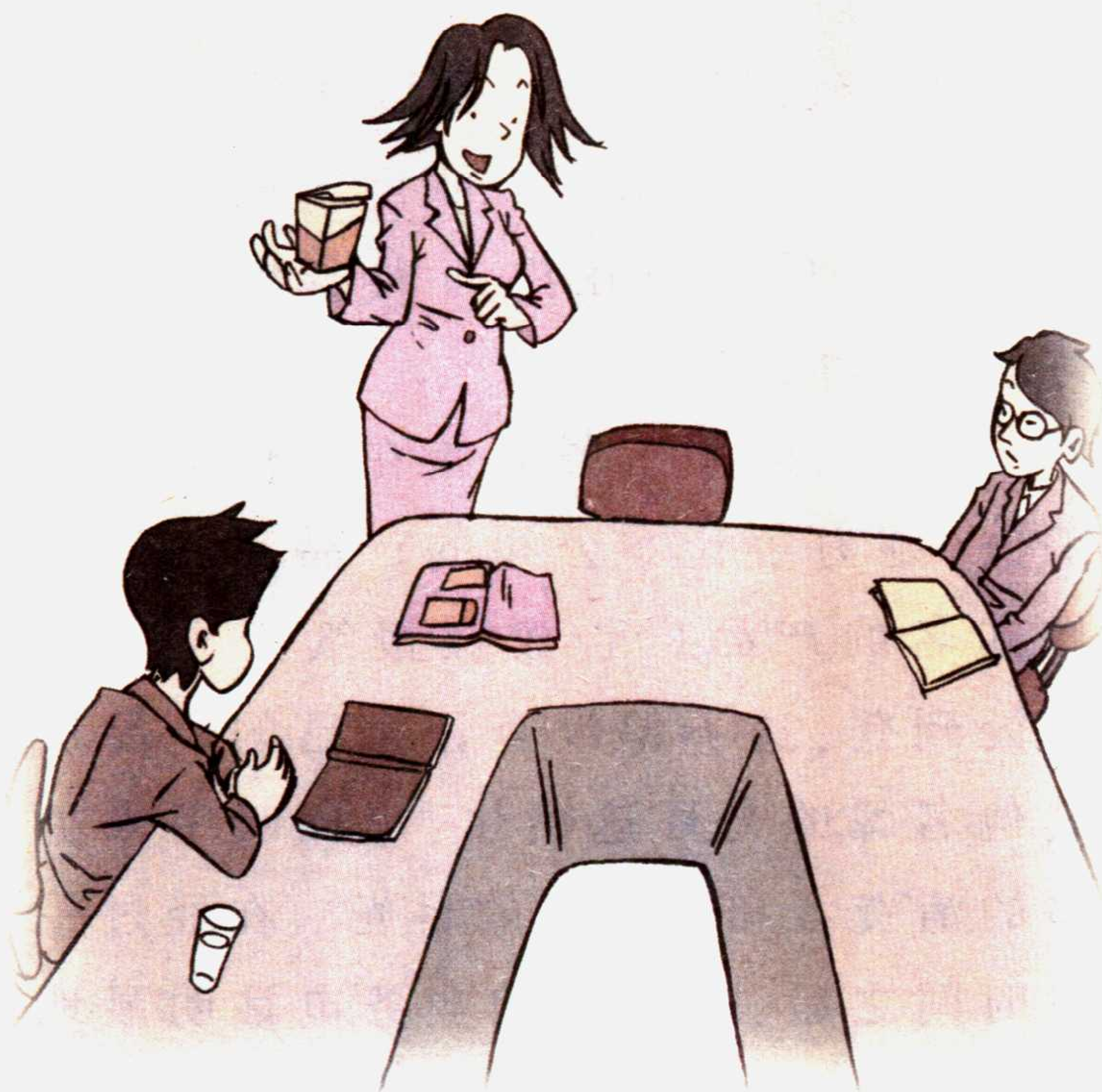
面对昔日同事疑惑和嘲讽的目光，欧阳玉霞处惊不变，表面上一片平静，暗地里却着实地卯足了一股劲儿，发誓要做出个样子来，让所有人瞧瞧。首先，她先从公司传统的广告着手开始改革。在以往，公司的产品走的都是不张扬路线，包装也很简单随便。就这一点，欧阳玉霞在她主持的第一个例会上大胆指出，现状必须要改变，公司的产品必须要与国际接轨，用开放的形式张扬自己的个性和特点，对此，有人提出异议。他们说公司做的是大众化产品，不是高档产品，没有必要在包装和宣传上过多的



投入。欧阳玉霞反驳说，大众产品并不代表低档产品，更不等于没有国际市场，而且，再好的东西没有好的宣传，大众也不会认识你。一番透彻的分析之后，提问者哑口无言。欧阳玉霞的说法得到了包括总裁在内的大多数人的支持，并开始实施。

随后，欧阳玉霞开始在宣传上大下工夫，她力争让本公司的产品和其他世界知名的产品广告放在报纸杂志的同一处刊登，这不但没有让自己的产品被其他名牌的光环遮挡住，反而吸引来更多的消费者和零售商的目光。在经过一段时间之后，直销部的业务电话明显地忙了起来，来电咨询和订货的人越来越多，公司出现了少有的热闹景象，显然她的方案是明智之举，欧阳玉霞的第一步成功地迈了出去！

在接下来的日子里，她又开始计划

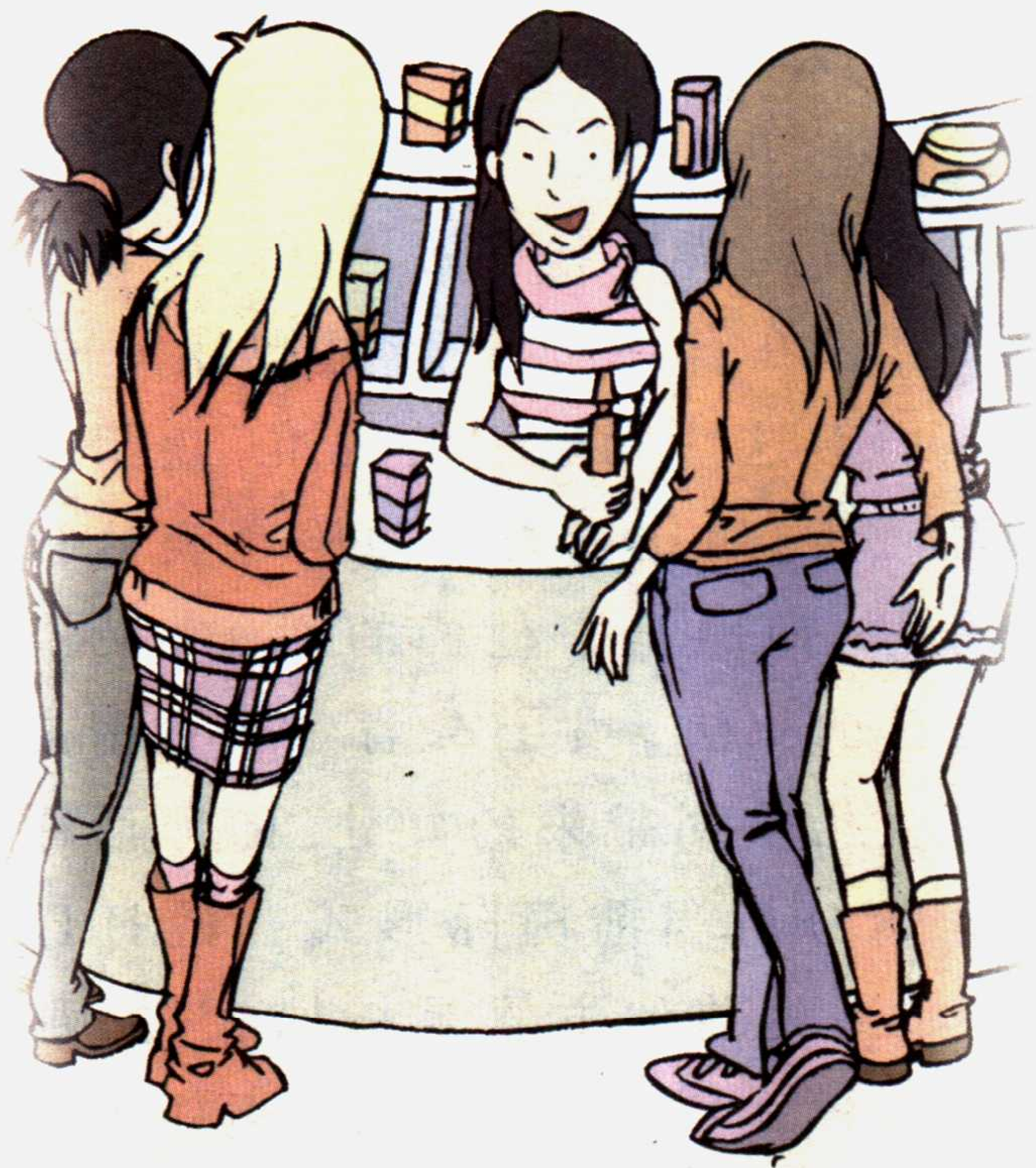


她在工作当中表现突出，得到了领导的肯定。



第二步：改变销售模式。所谓的改变销售模式，就是将公司原来的直销方式取消，改为柜台销售。但是，这一次，欧阳玉霞遇上了麻烦，因为公司里的元老级人物都对此持反对意见。他们称她的计划简直是在自寻死路，彻底败坏公司。

面对这些元老们的责难，欧阳玉霞侃侃而谈，用比较委婉的语言表达自己的意思，即顾全了他们的面子，又说出了自己的想法。她首先肯定了直销方式在过去给公司带来的好处，随即话锋一转开始分析当前国际形式。她打比喻说，如果先前的方式是一棵大树，那么现在这棵大树已经太老了，不能再继续给大家遮凉挡光了，公司必须寻找和栽种一个新的树苗，并让它茁壮地成长起来，只有这样才能让公司自身充满新的生机和活力。虽然欧阳玉霞的一席话还是没有完全说动几位元老，但是，这一



与其说她战胜了市场，不如说她战胜了自己。



次她得到了总裁的支持，计划仍然比较顺利地实施了。

不久，城市各个大型商场和超市中都开设了公司产品的销售专柜。经过刻意宣传和统一包装后的化妆品在销售场所取得的效果非常好。媒体的宣传扩大了产品的知名度，星罗密布的销售点使得公司的产品在市面上大受欢迎。在专柜设立后不到两个月的时间里，销售部捷报频传。不仅以前的一些积压品销售一空，而且车间的生产力也开始出现供不应求的情况。这一次，所有人都不得不对欧阳玉霞刮目相看了，前些天还在愤怒声讨她的元老们，现在目光中也充满了信服。欧阳玉霞的所有努力都没有白费，她的成绩已经得到了越来越多的人们的承认，虽然改革的步骤还没有全部实施，但是，她现在满怀信心，因为她坚信，智慧引导行动，就一定可以取

得最后的胜利。

不要轻易怀疑某件事情的正确性，即使很多人都在反对你，即使很多人都说这么做是愚蠢的，你也可以不在乎。要知道，也许正是因为许多人都不想去做，你才能从中得到更大的机会，才能更顺利地藉此走向成功。





10.认准了就做到底

有许多事情我们没有做好，并不是因为我们能力不够，或者缺乏这方面的技能。实际上，在更多的时候，我们所选择的道路和方向都是正确的，我们也曾经离真正的完美很近很近。而使这一切功亏一篑的往往是我们缺乏足够的毅力和耐心。其实，在那种时候，我们只要再稍稍地坚持一下，或者再轻轻地迈上一小步，一切问题就都可以迎刃而解了。



父母是出色的裁缝师，从小对他就有潜移默化的影响。



王林生是广东东莞人，出生在一个裁缝之家，父亲和母亲都是裁缝，在家门口开了一家名叫“巧手王”的裁缝店，主要以替别人修改衣服为生。由于手艺好，甚至离他家很远地方的客人也专门赶来这里寻求服务。一时间，生意兴隆，财源广进。

虽然如此，但是王林生的父母却不愿意自己的孩子以后还从事这样一个工作，因为他们总觉得这是个比较低下的职业，做这行总归不会有什么出息。于是，他们花钱让王林生去最好的学校，希望他将来能在学业上出人头地。可是没想到，在家庭环境的熏陶下，王林生从小就对裁缝这一行产生了浓厚的兴趣，并暗暗在心中为自己做了决定。

1992年，王林生高中毕业没有考上大学，便回家准备加入自己喜爱的裁缝

行业。但是，他的这一举动遭到了家人和亲戚的反对，他们都希望王林生能够回学校复读一年，然后接着考学。为此，双方之间还闹了十来天的矛盾。不过，到底还是王林生坚持到了最后，他的父母拿他的固执没有办法，也只好由得他去。

爱一行干一行，从事自己喜欢的事情自然会有无穷的动力，进步也就快。半年多时间过去，王林生的手艺已经非常熟练老道，可以和父母一比高下了，而且还常常能用一些小变化给来修改衣服的人意外的惊喜，所以，很多年轻人来修改衣服的时候，常常指名要王林生接手。但是，王林生的心在这时却越来越不安分起来。他觉得自己应该到外面去闯一闯，在这里他能学到的东西越来越少了，这样下去，会限制自己的发展，因为他的理想并不是一辈子只当一



个“小裁缝”,他要成为裁缝里的状元。

王林生非常幸运,他的苦恼并没有持续多久就被意外地解决了。这年年底,他的一个久已没有消息的姨妈从香港回来了。王林生的这位姨妈在家的时候也是裁缝界里远近闻名的好手,后来嫁了一个香港人,并在那边定居,一去就是十来年。王林生在和姨妈聊天的时候透露了自己要出去闯闯见见世面的想法,他的姨妈非常支持他,并说自己在香港有几家裁缝店,如果王林生愿意的话,就可以随自己过去打理那边的生意,边做边学。

听到这一消息后,王林生异常兴奋,这对他来说无疑是一个非常难得的机会。父母虽然有些舍不得,但也支持儿子的想法。于是,一个月之后,王林生如愿以偿地随姨妈去了香港。

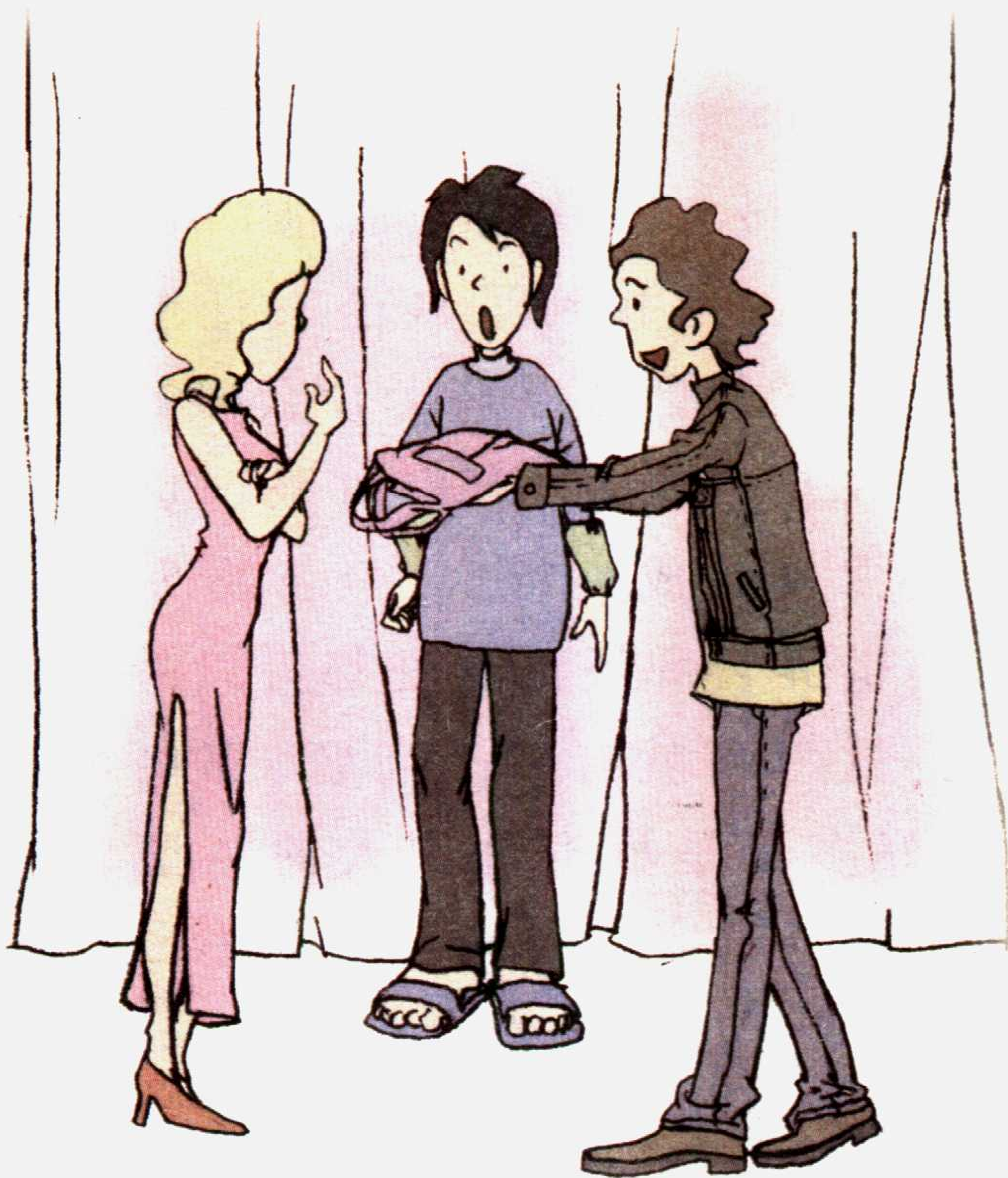
刚到香港的时候,王林生显得有些

失望，因为他觉得那里的服装加工业和家里的区别并不是很大，没有他想象中的那么新鲜靓丽充满未知。但是，没过多久他就发现了姨妈店铺的特点。

在这里工作的第二个周末，正在整理衣物的王林生看见一位著名影星走进姨妈的店铺里，神态恭敬地请姨妈给自己修改一套西服。这令他感到非常惊奇：明星们也到这里修改衣服吗？晚上吃饭的时候，他就从姨妈那里得到了肯定的答案。原来，姨妈的服装精制修改店铺在同行中的声誉很高，很多香港的明星大牌都到这里修改服装。因为明星们十分讲究仪容仪表，任何一点小的瑕疵，在他们看来也是不能容忍的，稍有不适，必要修改。可惜的是，在全香港，像姨妈这样出色的老师傅已没有几个，不过也正因为这样，就连那些平日高高在上的明星也很尊敬她们。



这件事给王林生的震动很大，他从来也没想到，作为一个量体裁衣的人也能得到这样的尊重，世界上还有这样精细复杂的专业修衣行业。惊叹之余，王林生感到自己这次来香港的目的终于达到了，他找到了自己一直想要的东西，看清了自己应该走什么样的路。他想，在自己老家，人们对服饰也非常讲究，尤其是成为特区，经济愈发繁荣之后，世界名牌服饰到处都可以看到。但是，这里面就有一个问题，那些名牌服饰好多都是根据外国人的体型设计制作的，并不适合当地人的身材。所以，有些名牌穿出来常常有种怪怪的感觉，不是太肥就是太长，看上去很不舒服。而面对这一点，在当地，甚至在其他大城市也没有专门的名牌服装修改行业，于是，王林生决定从现在开始学习专业的修衣技术，他认准了方向，就决定坚持



一次偶然的机会，让他确定了人生的方向。



到底。

凭着认真刻苦的学习精神和对这一行业的热爱，王林生很受香港老师傅的喜欢，并很快就掌握了修衣的基本技能。在修衣中他了解到，熟练操作是基础，拆线时要非常小心，不能伤了原有的布料，否则就很难修补；持剪要稳准，不能有偏差，一刀下去就没有后悔的余地。这些话从师傅口中说出来很简单，但在实际操作中却是很需要工夫的，没有长时间的练习根本就做不到，也不敢做。因为送来的衣服都非常昂贵，动辄数万乃至上百万。为此，王林生不仅把师傅教授的经验口诀背得烂熟，还找了好多下脚料拼命练手。

功夫不负有心人，经过短短的两个月左右的时间，王林生已经可以独立完成中低档服装的修改了。接下来，他的目标就是向世界级服装迈进。也就是在

这时，好运的他又得到了来香港游玩的姨妈的好友——世界级修衣大师龙尼的指点，修衣技术和理念都有了更深一层的进步。此后不久，王林生又刻苦学习了一段时间，就谢绝了姨妈的挽留，返回东莞开始自己的创业之路。

在王林生刚刚回到东莞的时候，亲朋好友和四近的同行都陆续来探问，想看看他到底从香港“镀”了一层什么样的“金”。可是当他们听说王林生只是学了一门修改衣服的手艺之后，都显得很是不屑，甚至一些亲戚劝他放弃原有的想法，不要傻傻地去开什么没前途的服装修改店。但这些并没有动摇王林生坚定的信心。

还好，王林生的想法得到了父母的支持，他们把自己的缝衣铺让出来给儿子使用，并给他做帮手。装饰一新的店铺起名为“王氏服装专业修改行”。但是



开始的时候，店里的生意很清淡，只能接到一些普通衣服的修改活计。时间稍长，周围的冷嘲热讽就慢慢多了起来。但王林生依然满怀信心，他坚信这只是暂时的，当人们一旦认识到自己工作的真正意义的时候，情况肯定会有所改观，他需要一个机会来证明自己。

在坚持了一年多之后，王林生终于等到了这个机会。1995年的一天，一个小伙子来到他的服装修改行，取出一套西服小心翼翼地问是否能够修改。王林生接过来一看商标，心里就是暗自一惊，那可是名牌中的名牌呀，凭这个商标，这套衣服至少要值个十来万。稍有不慎就有可能把自己的小修改行赔进去。

来人见王林生有所迟疑，显得有些失望："如果不行就算了，我凑合着穿吧，万一改坏了就更不好了。"这句话激



客户对他的技术和服务十分满意，他也由此证实了自己的实力。



起了王林生心里的那股犟劲儿，他立刻抛开犹豫的想法，说："可以改，如果不能令您满意，或出现什么差错，我全额赔偿。"客人还是有些犹豫："真的没问题吗，我那套衣服可是值9万元呢。"王林生坚定地说："没问题，如果改不好，我全赔！"

在王林生的保证下，小伙子把衣服递给了他。为了把这件衣服做好，王林生把店门关了，在屋里开启了大功率的日光灯，开始专心的工作。越是名贵的衣服修改起来越有难度，他心里很清楚这一点。王林生先是精细的测量了小伙子的身体各部位的尺寸，然后开始小心地拆线、裁剪，窄小的店铺里静的只有呼吸声和轻微的裁布声。要知道，在1996年，9万元即使对百万富翁来说，也是一个不小的数目！

整衣拆成布片，布片又被重新缝接



在媒体的报道下，他向成功更近了一步。



到一起，王林生耐心细致地工作着，动作熟练而紧凑，几个小时过后，这个顶尖的名牌西服就被修整完好了。小伙子拿过来对着镜子试穿了一下：不大不小，非常合身。他激动得连连向王林生挑大拇指："太好了！太好了！要知道，在来你这之前，我跑遍了整个东莞的所有名牌专卖店和成衣修改行，没有一家敢修这套衣服。你的手艺太好了，以后只要有需要修改的衣服，我一定到你这里来，而且我还要介绍朋友到你这里来。"

望着小伙子高兴离去的背影，攥着手里的几百元浸着汗水的加工费，王林生忽然有一种快要虚脱的感觉，刚才真的太紧张了。

经此之后，王林生的信心大增，慕名而来的顾客也渐渐多了起来，没过多久，他的服装修改行生意就变得异常红火了。为此，一位当地的电视记者还把

他拆衣、修改、缝制的全过程用摄影机拍摄下来，在生活频道中播出。在旁白解说词中，该报道引用“庖丁解牛”的典故来形容王林生熟练的改衣制衣技术。从此之后，他的“王氏专业服装修改行”变得更加远近闻名了。他的店成了东莞市很多服装厂家和名牌服饰专卖店的定点修改行。此外，王林生还成为了美国HUGOBOSS公司在亚太地区聘任的修改师。

随着名气的提升，王林生开始接触到越来越多的上流人士。2000年的一天，刚刚打开门开始做生意的王林生就见到一个笑容可鞠的老外在门口和他打招呼。原来这是一位来自沙特的富商，来东莞参加一个重要的国际会议，可是走遍整个东莞好不容易找到一款喜欢的西服，穿起来却有些不舒服，于是在内地朋友的介绍下，来到王林生的



店修改。这是他第一次和老外打交道，可是，有实力为后盾，王林生并没有感到紧张。他接过衣服开始有条不紊地工作，只用了不到两个小时，就完成了全部修改。结果也令这位沙特富商非常满意，临走的时候还不时回过头来连连向王林生挑大拇指。此后，他也成了"王氏服装专业修改行"的一个固定客户，常常把穿着不太舒服的服装邮寄到中国交给王林生修改。到现在为止这样的情况已经变得是非常常见的了，国内外的许多公众知名人物都是在看到王林生的手艺之后，采用这种方式把自己的衣服交给他修改的，因为每给一个人做完衣服后，王林生手里都会留下顾客的测量数据，第二次就不再需要客人亲自前来了。

面对所取得的成绩，王林生并没有骄傲，反而更加严格要求自己了。他不



没有什么是可以唾手可得的，任何成功都需要耐心和不懈的坚持。



再满足于单纯的衣服修改，还研制出了用特别布料进行粘贴的独特手工艺技术，对一些粘贴手法的运用简直达到了天衣无缝的地步。至此，“王林生修改大师”的名字也成为一个品牌的象征，真正在东莞乃至整个广东省树立了起来。

没有什么是可以唾手可得的，任何成功都需要耐心和不懈的坚持。但这还不是最主要的，最主要的是要顶住别人抛来的冰冷的目光和冷言冷语的嘲讽，把自己认准了的事坚持到底，这才是最考验一个人的时候，通过了这一关，前进路上就没有什么可以阻挡你的了。



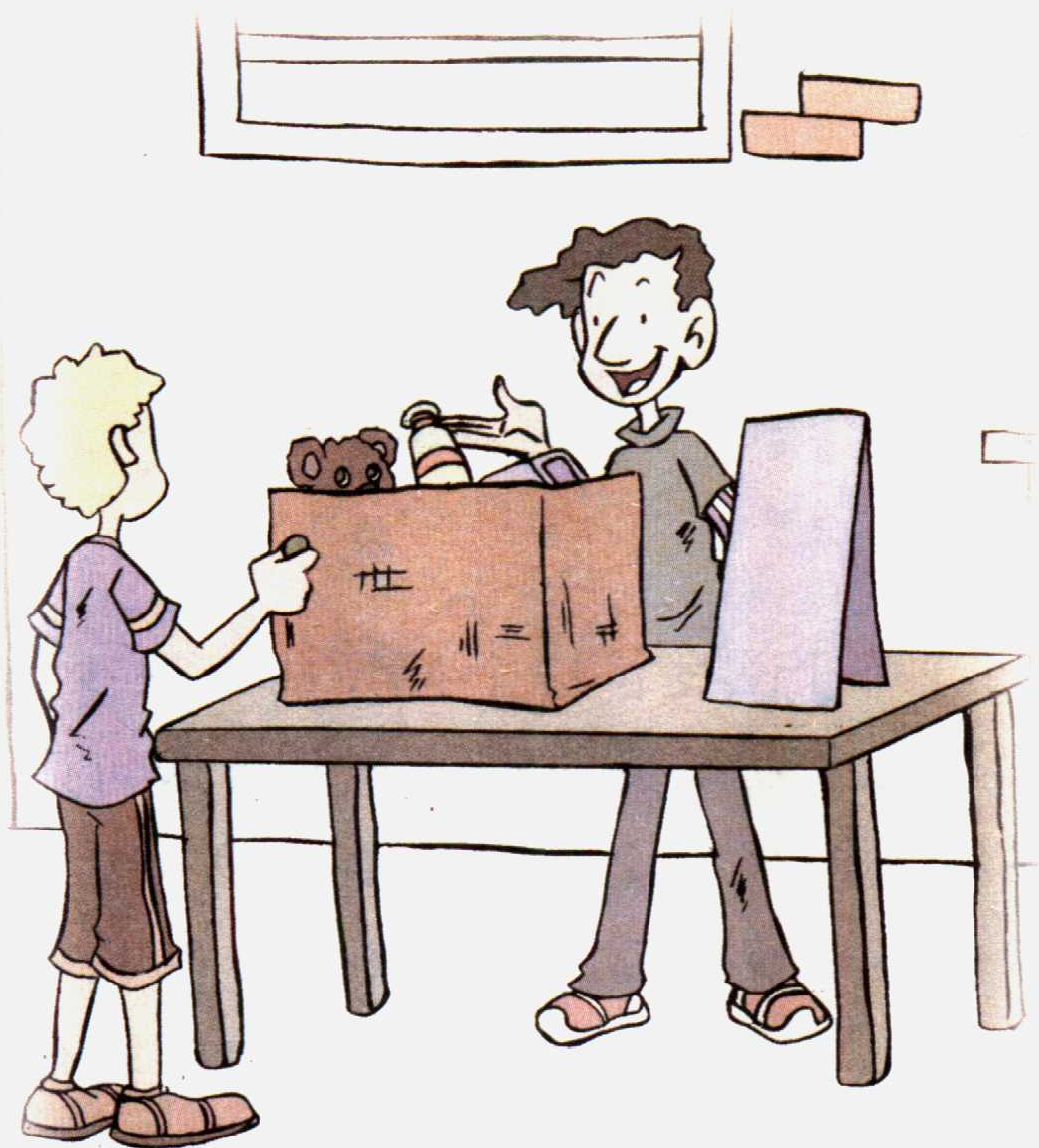


这个世界并不缺少美，只是缺少发现美的眼睛。



11.洞见非凡

罗丹说过：这个世界并不缺少美，只是缺少发现美的眼睛。那么这句话用在财富的聚集上也同样有道理，这个世界并不缺少财富，只是缺少发现财富的眼睛。如果把你的头脑和你的眼睛很好地结合起来，再加上一颗勤劳的心灵，你会发现聚敛财富其实是一件很轻而易举的事情，就像花农侍弄花木一样，只要每天不间断地细心浇水、施肥、除虫，盛开的娇艳会离你越来越近。



聚敛财富对于有眼光、有能力的人来说是一件很轻而易举的事情。



穆克·菲勒从小生长在贫民窟里，饱受饥饿和疾病的折磨，但上帝在给一个人苦难的时候，也常常会给一些小礼品作为补偿。他得到的上帝的小礼品是一个聪明有见地的头脑和一双善于捕捉机会的眼睛，他巧妙地运用这两样东西，把自己从贫困中解救了出来。

在穆克·菲勒还在上小学的时候，他对财富的敏感和非凡的触觉就出色地显露出来了。当时和他一样大的孩子都非常喜欢玩，可是由于贫穷，他们根本没有一件像样的玩具可玩。小穆克·菲勒也常常为此苦恼。一次偶然的机会，他从外边的垃圾堆里找到一个半新的变形玩具，玩了一会儿就开始动起了脑筋：为什么不用这个东西为自己赚点零花钱呢！于是，他从家里找来工具和一些彩色布条，把玩具修整装饰了一下，使它看起来更像新的一样。然后，小



一个成功的人，能意识到自己的机会来了。



穆克·菲勒把玩具拿到了孩子们经常聚集玩耍的地方开始出租它的使用权，每个人只要出5美分，就可以拥有这个玩具一整天，而且还可以几个人一起合租，价钱根据人数的多少而定。就这样，在不到一个月的时间里，穆克·菲勒就足足的小赚了一笔零用钱。

中学毕业之后，穆克·菲勒开始经商，他从一个小商贩做起，先后从事饮料、小五金、百货等生意，每一样都经营的得心应手，这使得他很早就在同辈间出人头地了。惟一有些遗憾的是，他一直没有发大财。

但是，凭着敏锐的眼睛和灵活的头脑，穆克·菲勒很快就找到了这样一个机会。有一次，穆克·菲勒所在的港口码头运来了一批上好的日本丝绸，大概有两吨左右。但是由于运货的船只在途中遇到了暴风雨，所有的丝绸都被同船的

染料浸染了。于是,在日本人眼里,这批丝绸成了没用的残品。如果在港口附近扔掉的话,肯定会被环境保护部门处罚;想要卖掉,又肯定不会有人要。船长为如何处理掉这批货物感到颇为头疼。这个情况被在酒吧里喝酒的穆克·菲勒偶然听到了,他立刻意识到自己的机会来了。

第二天一大早,穆克·菲勒就开着借来的一辆运货卡车找到了这艘船的船长,在经过一番简单的谈判之后,用一箱红酒换回了这批"废弃"的丝绸。随后,他找到几个小染坊和裁缝店,把这些丝绸染色并裁剪成各式各样的迷彩服装、领带、帽子、头巾等,半个月之后,他净赚了17万美元。

在成功的把握了第一次机会之后,穆克·菲勒又开始寻找其他的致富之路。一次,他去郊外游玩,对一块闲置土



地非常感兴趣，在经过一番考察之后，他决定出15万买下它。他的朋友和亲戚都很吃惊，因为在他们看来，那块地所处的地段非常偏僻，根本不可能有什么开发潜力。就连地皮的原主人也在拿到钱之后嘲笑他的愚蠢。可是，穆克·菲勒对这些都一笑置之。他很相信自己的眼力。

果然，一年半之后，他的判断被证明是正确的。市政府要兴建一条环城公路，他购买的这块地皮就在这条公路的旁边，消息传出后，这块地皮的价格在一夜之间飚升了一百多倍。这时，一位亿万富翁找到穆克·菲勒，希望用1900万美元的价格买下这块地。穆克·菲勒听了之后微笑着对他说："如果您只能出到这个价钱，我想也许我们就不用谈了，因为我觉得他还有很大的升值潜力。"最后，这块地皮以2300万美元的价



他的成功完全依靠自己非凡的远见卓识和敏锐的判断力。



格成交。穆克·菲勒只用了一年半的等待时间就将2285万的利益收入囊中！

这件事之后，穆克·菲勒的许多朋友和商业对手都非常吃惊，他们想知道他是怎么做出这些判断的。他们怀疑穆克·菲勒和政府要员有亲密的联系，或者他用金钱收买了市里的决策知情者，并且开始用私家侦探开始调查，想证明穆克·菲勒的成功只是一个肮脏的交易换来的。但是，最后的结果却让他们失望了。事实告诉他们，穆克·菲勒并不认识任何政府高官，甚至连政府的小职员也一个都不认识，他的成功完全依靠自己非凡的远见卓识和敏锐的判断力，没有任何取巧的成分在里面。

穆克·菲勒一生都在寻找创造财富的机会，他已经把这当成了自己的一种习惯，即使在临去世之前也没有放弃这种能力的练习和使用。在他病重的时



这是他的最后一笔买卖。



候，他要他的助手在报纸上刊登了一则这样的广告：穆克·菲勒先生即将升入天堂，并愿意给那些有亲属在天堂里的人们捎信问好，每个人收取100美元的费用。尽管这则消息透着很大的荒唐和玩笑成分，但是，依然有很多人前来，毕竟，如果对亲人的思念可以得到一点慰藉的话，有钱人是不会在乎这一点钱的，况且，这可以让大家知道自己有个亲戚在天堂里，还能满足人们与生俱来的虚荣心。凭着这则广告，病床上的穆克·菲勒只用了短短的十几天时间就收入了数十万美元，如果他的情况再好一点，他再多坚持几天的话，这个财富雪球还会滚得更大。

然而，这并不是穆克·菲勒的最后一笔交易，他甚至在死后还做成了一桩买卖。他在遗嘱中让他的助手又登了一则广告，在这则广告中他说他是一个绅

士，希望能够和一个同样有教养的女士合葬在一处墓穴。最后，一位贵妇人以5万美元的价格取得了这个权利。

认识穆克·菲勒的人都觉得他的眼睛和头脑天生就是用来发现和制造财富的。其实他们都错了，没有人天生就有某种才能，尤其是在财富的聚敛上，只有善于动脑，善于观察的人才能把握那些微妙的机会。正像他给自己写的墓志铭一样：我们身边并不缺少财富，只是缺少发现财富的眼睛。





12.人缘可以带来财富

无论是做过生意的还是没有做过生意的人大概都听到过这样一句话，那就是和气生财。其实我们所指的和气，就是指人际关系的处理，再说的简单一些，就是我们常常说的好人缘。好人缘对一个商人来说是非常重要的，它可以使人财源广进，事半功倍，给人带来许多意想不到的好处，要想做一个成功的商人，就必须学会处理好与周围人以及合作伙伴乃至同行的关系，这一点甚至



好人缘，不但可以聚拢人心，还可以聚拢财富。



比一个精明的头脑还重要。

今年刚好27岁的董天华就是和气生财的一个典型例子。董天华是河北省人，高中毕业后就开始做皮包生意，他的店铺里的皮包货真价实，从来不欺瞒顾客，在当地很有名气，而且由于为人实在，处理人际关系合理，他在周围很广的范围内有着很好的人缘。

有一次，一位同城的生意人到他这里来批发皮包，由于疏忽大意，在付款的时候，多交了1000块钱，然后就急匆匆地离开了。等到了晚上董天华查账的时候发现了这个问题，立刻千方百计的通过各种途径开始寻找这位顾客，甚至在第二天撇下手里的生意，出去查访。最后，终于在朋友的帮助下找到了那个粗心的顾客，把钱亲手交给了他，然后才放心地离开。为这事，很多人都说他傻，可他却不在乎，他觉得这样做人才



好的人际关系对生意和财富都有帮助，甚至能帮你转危机为商机。

踏实，活得才舒服。在日常生活中，董天华也是这种性格，左邻右舍无论谁有了困难他都非常热心地帮助，从来不遗余力。正是这种“笨笨傻傻”的性格使董天华在所有同行中获得了很好的声誉，有了很好的人际关系。

这些好的人际关系对他的生意和财富上的帮助也着实不小。首先说那个曾经多付了他1000块钱的人，在接过董天华费尽周折还回来的钱时，就已经把他当成了好朋友，在以后的日子里过往甚密，一来二去的就成了莫逆之交。这位商人朋友不时根据自己的经验和阅历给董天华的生意提出一些建议。其中有一次，由于选择进货的渠道出了问题，董天华新进的一大批皮包出现滞销积压的情况，急得他焦头烂额，不知道该如何是好。就在那个当口，这位商人朋友给他出主意，把所有皮包重新进行



好的人际关系能让你免于灾难。



简单的修改，并制作加装了一些精美的小饰品。一切改完之后重新推向市场，竟然大受欢迎。最后销售中还出现了供不应求的情况，让董天华不得不又紧急调运和改装了第二批、第三批，才对巨大的市场需求有所满足。最后，这位商人朋友的小点子不但使其避免了亏损的可能，而且还给董天华带来了十几万元的收益，真是不说不知道，一说吓一跳。

还有一次，董天华和全家人出外游玩，偏偏那天刮起了大风，把家里的电线刮断了一根，引燃了偏房中的一间仓库。还好一位邻居发现他院中有浓浓的黑烟，赶紧喊来周围的人一起查看，才将一场可能燃起的大火消弭于无形。董天华回家之后听到这个消息，不由得出了一身冷汗，原来那仓库里面不仅存放着刚刚到货的价值十几万元的皮具，还

有8万元刚刚收回来的货款，一旦着起火来，至少要烧掉他二十几万的财产呢。如果不是平时和邻居的关系非常融洽，有邻居在旁边细心的观察和照顾，损失必定是非常惨重的。做生意不一定就是明面账目上的收入，还可以把能够避免或已经的损失也算进去，因为实际上算起来那也是一笔收入。所以，这次没有发生的火灾让董天华避免了巨大的损失。

由以上事例我们不难看出，人际关系对于生意人的重要。善于经商只是聚敛财富的一个重要条件，然而要想真正的把握财富，只靠这一点是不行的，还要许多其他重要条件的辅助调节。没有这些辅助环节的帮助，再好的头脑也无济于事。好人缘就是这些重要的辅助条件之一，它可以通过聚拢人心达到聚拢财富的目的，是经商者必须掌握的学习课程之一。

［Ｇｅｎｅｒａｌ　Ｉｎｆｏｒｍａｔｉｏｎ］
书名＝我真傻，真的：先赚人心后赚钱的经营策略　彩色图文版
作者＝高溥超编著
页数＝１５８
ＳＳ号＝１１３５３０４４
出版日期＝２００５年０１月第１版

封面
目录
目录